



Instituto Politécnico de Beja

Escola Superior de Educação

**Curso de Mestrado em Desenvolvimento Comunitário e
Empreendedorismo**

A Necessidade de uma Rota do Cante Alentejano no Baixo Alentejo.

Se o Alentejo é uma Nação, o Cante é o seu Hino!

Ângela dos Reis e Moura de Branco Malveiro

Beja

2016



Instituto Politécnico de Beja



Escola Superior de Educação
Curso de Mestrado em Desenvolvimento Comunitário e
Empreendedorismo

A Necessidade de uma Rota do Cante Alentejano no Baixo Alentejo
Se o Alentejo é uma Nação, o Cante é o seu Hino!

Dissertação de mestrado apresentada na Escola Superior de Educação do
Instituto Politécnico de Beja

Elaborado por:
Ângela dos Reis e Moura de Branco Malveiro

Orientado por:
Prof. Dr. José A. Orta

Beja

2016

Agradecimentos

Ao IPB, pela disponibilidade e compreensão, contra todas as expectativas, em especial ao Professor Doutor José Orta e ao Professor Doutor João Portugal.

À minha família, em especial ao meu marido, pelo apoio e incentivo constante, aos meus pais, pela insistência, e ao meu padrinho, pelo contributo.

Às minhas filhas, por perdoarem não receber o beijo da sexta-feira à noite, e ao meu filho que acompanhou todo o processo.

A todos aqueles que não me permitiram desistir do tema...

Resumo

O objetivo geral deste projeto prende-se com uma proposta teórica da necessidade da criação de uma rota do cante no Baixo Alentejo. Procura-se, deste modo, identificar os principais pontos de divulgação do cante, bem como valorizar a importância do mesmo na necessidade e promoção, não só dele enquanto Património Imaterial da Humanidade, como deste para a região alentejana, enquanto marca identitária de um povo. Pretende-se, então, definir o potencial e avaliar as condições para a implementação dessa rota e dotar de maior visibilidade nacional e internacional o nosso território e as nossas tradições, através de uma campanha de *Marketing* Territorial, impulsionando o turismo, novas oportunidades de negócio e de emprego, entre outros.

Palavras-chave: Cante, Identidade, Rotas, Turismo, Baixo Alentejo, Património.

Abstract

The overall aim of this project is related to a theoretical proposal of the need to create a *cante* route in Alentejo. It is, thus, sought to identify the main points of dissemination of the *cante*, as well as appreciate its importance in the need and promotion, only of the *cante* as intangible heritage of humanity, but also its promotion for the Alentejo region while identity mark of a people. The aim is, then, to define the potential and assess the conditions for the implementation of that route and provide more national and international visibility to our territory and our traditions, through a campaign of Territorial Marketing, boosting tourism, new business and employment opportunities, among others.

Keywords: *Cante*, Identity, Routes, Tourism, Baixo Alentejo, Heritage.

Índice Geral

Agradecimentos	i
Resumo	iii
Abstract	iii
Introdução	1
1. Revisão da Literatura	3
1.1 Cante	3
1.1.1 Património e Identidade	9
1.2 Turismo	13
1.2.1 Turismo Cultural	16
1.2.2 Desenvolvimento Sustentável	18
1.3 Rotas	22
1.3.1 <i>Marketing</i> Territorial	28
1.4 Baixo Alentejo	31
1.5 Sinopse	38
2. Metodologia	39
2.1 Metodologia utilizada	41
2.2 Objetivos do estudo	42
2.3 Pergunta de partida	43
2.4 Hipóteses em Estudo	43
2.5 Instrumentos de investigação – a entrevista e o questionário	43
2.6 Método de análise e tratamento de dados	46
2.7 Cronograma	47
3. Resultados	49
3.1 Análise Empírica de dados – Inquéritos por questionário	49
3.2 Análise Empírica de dados – Entrevista	57
3.2.1 Guião da Entrevista	57
3.2.2 Transcrição da entrevista	58
3.2.3 Análise de Conteúdo	60
3.2.4 Considerações	63
4. Projeto	64
5. Avaliação	70
6. Conclusão e Recomendações	73
Referências Bibliográficas	75
Bibliografia consultada	78
Referências doutrinárias ou legislativas	79

Índice de Quadros

Quadro 1. Dinâmica da População - População Residente e Alojamentos	32
Quadro 2. Dinâmica da População - Densidade Populacional	33
Quadro 3. Tendência de Envelhecimento da População.....	34
Quadro 4. Fecundidade e Dinâmicas Familiares	35
Quadro 5. Contributo da População Estrangeira	36
Quadro 6. Indicadores de Cultura e Desporto e de Despesas dos Municípios em atividades culturais e de Desporto em 2013	37
Quadro 7. Cronograma de trabalho.....	47

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Género dos respondentes	50
Gráfico 2. Faixa etária dos respondentes	50
Gráfico 3. Escolaridade dos respondentes	50
Gráfico 4. Rendimento mensal (próprio) dos respondentes	51
Gráfico 5. Área de residência dos respondentes	52
Gráfico 6. Interesse dos respondentes em verem uma rota do cante alentejano a região do Baixo Alentejo	53
Gráfico 7. Existência de condições para a criação de uma rota do cante no Baixo Alentejo.....	54
Gráfico 8. Benefícios que uma rota do cante pode trazer à região	55
Gráfico 9. Dificuldades na criação de uma rota do cante	56
Gráfico 10. Serviços e infraestruturas na rota do cante	57

Introdução

O projeto de investigação “Se o Alentejo é uma Nação, o Cante é o seu Hino! A Necessidade de uma Rota do Cante Alentejano no Baixo Alentejo” tem como propósito máximo avaliar a necessidade mas, também, a vontade e o contributo de uma rota deste teor para o reconhecimento de uma região. Isto é, visa identificar os principais pontos de divulgação do cante, bem como valorizar a importância do mesmo na promoção da nossa região e no reforço da identidade do povo alentejano, enquanto património imaterial da humanidade, mas, também, perceber e criar um projeto desta rota, nomeadamente, com a inclusão de diversas infraestruturas onde é possível identificar e conhecer o cante.

Assim, aliando a importância do turismo e do desenvolvimento, bem como da preservação patrimonial, o presente estudo visa a possibilidade real da criação de um novo produto turístico mas, igualmente, de novos desafios e oportunidades.

Desde 2014, internacionalmente, o cante tornou-se não só um fenómeno a nível social e cultural, como evoluiu, também, para o nível económico. Por tudo isto, pela sua potencialidade emergente e pelo seu simbolismo local, assume-se, agora, como um produto e uma aposta viável.

Estruturalmente, o projeto está dividido em partes distintas.

No primeiro capítulo, apresenta-se a introdução e a justificação da necessidade do próprio estudo.

No segundo capítulo, desenvolve-se todo o enquadramento teórico dos conceitos principais de Rota, Cante, Turismo, Turismo Cultural, *Marketing* Territorial e Baixo Alentejo.

De seguida, expõe-se toda a parte metodológica ao longo de diversos subcapítulos.

Por fim, faz-se a apresentação e avaliação dos resultados e, ainda, as conclusões e recomendações do presente estudo.

A pertinência deste estudo assenta, ainda, na certeza pessoal de o Cante – parte integrante do Património Imaterial da Humanidade e, em primeiro lugar, do Baixo Alentejo – ter capacidade de se constituir como um importante motor económico e turístico da região, logo, um importante recurso para a sustentabilidade da comunidade

local. Surge, por último, das mãos de uma baixo-alentejana de nascimento, ouvinte do cante ao longo de toda a sua vida.

1. Revisão da Literatura

1.1 Cante

Em 1989 foi assinada pela UNESCO (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), em Paris, uma carta de recomendação, onde pode ler-se que “a literatura oral, tradicional e popular é património universal da Humanidade”. Nesse sentido, Carlos Nogueira (2011), num seu artigo sobre tradição oral, defende que a cultura popular é, em variados aspetos, transversal, quer em formas estéticas, quer a classes sociais. Anteriormente, e segundo Santos e Paulino (2010:30), “a ruralidade, as festas, tradições e eventos populares correspondem em absoluto à lógica dos novos/futuros produtos turísticos”, provavelmente, também, citado pelos mesmos, pelo saudosismo e desejo de identidade que as raízes, tradições, memórias ou património nos provocam.

Neste contexto, o que se propõe é discernir sobre a importância e relevo que o cante, como Património Imaterial da Humanidade e como tradição cultural mais marcante da identidade do Baixo Alentejo, pode assumir na construção de um produto turístico, designadamente as rotas, bem como na valorização do território, especificamente o Baixo Alentejo.

Existem algumas abordagens sobre qual a verdadeira origem do cante. Contudo, para o que concerne a este projeto, será defendida a teoria de que o cante está centrado na alma de um povo, isto é, a sua génese é portuguesa e, além do mais, alentejana (Mendes, s/d). Certo é que, “o repertório de música tradicional do Baixo Alentejo se encontra, nos nossos dias, numa fase de profunda transformação e as modificações constatadas na estrutura dos cantares representam o aspeto mais importante do seu percurso evolutivo” (Nazaré 1979:64)

A origem é muito difícil de determinar, basta ver as inúmeras teorias da sua origem. Parafraseando José Orta, podemos salientar três. Uma apologista que o cante alentejano não foi ensinado mas apareceu de forma voluntária, pelo povo com a sua genialidade e colocando a alma a falar através da música e do cantar. Outra argumenta que o povo apenas ajusto outras músicas já existentes. Muitos acreditam que o cante alentejano teve a sua génese no Fá-Bordão (século XIV), pois tal como este estilo, o cante alentejano é cantado a duas vozes, uma que canta e faz a melodia – Ponto - e outra

que canta em intervalos, num tom alto e de forma floreada - Alto. Existe ainda a teoria de que o cante alentejano tem origem nos antigos modos gregorianos, por ser constituído por sucessivas escalas descendentes e independentes.

Uma das figuras mais importantes para o estudo, análise e compreensão do cante Alentejano é António Alfaiate Marvão (1903-1993), sendo que a grande obra de sua referência é o *Cancioneiro Alentejano* (1955). Para este, o cante tem origem no “Fabordão do sec.XII, embora admita e reconheça que pequenas influências árabes também se fazem notar” (Clemente 2000:40)

“Os objetivos pretendidos pelo Padre Marvão (...) resumem-se à recolha, recuperação, fixação e divulgação do património musical alentejano, à preservação da identidade cultural (face à crescente descontextualização provocada pela revolução industrial); ao estreitamento das ligações entre os diversos grupos sociais (pretende o reforço da ideia de coesão social); à possibilidade de transmitir esse legado às gerações futuras” (Clemente 2000:42)

Porém, existe ainda associada uma outra origem “a teoria da degradação (...) em que o canto teria gradualmente saído dos muros dos conventos para as praças e teria sido apropriado pelo povo (...) segundo uma lógica de simplificação” (Orta 1998:395)

Afinal o que é o cante?

"O Cante Alentejano é caracterizado como uma polifonia simples, a duas vozes paralelas, à terceira superior, formado por um coro, sem instrumentos, de homens, de mulheres ou misto, que cantam estruturas poéticas denominadas por “modas”. Segundo Manuel Joaquim Delgado (1955) esta denominação provém do facto destas canções se divulgarem de boca em boca, entre a população rural alentejana, caindo assim na “moda” (1955:7). As “modas” cantam a terra, o trabalho, os acontecimentos e os sentimentos de homens e mulheres, no sentido do amor, da saudade, da zombaria e da crítica social. As modas são formadas por estrofes poéticas e interpretadas segundo um cânone estabelecido: um solista, denominado como ponto, inicia o canto, cantando uma quadra solta, de seguida um outro, designado por alto, substitui-o, cantando o primeiro verso da moda, e de seguida todo o coro se lhes junta para cantar o restante. O padre António Marvão (1955) diz-nos que podemos dividir o cante alentejano em três tipos de música: as modas lentas, as modas coreográficas e os cantes religiosos.”¹

¹ <https://culturaexpressiva.wordpress.com/tag/amareleja/> A cultura expressiva na fronteira luso-espanhola por Dulce Simões. Consultado em Junho de 2016.

"As canções alentejanas são essencialmente de dois tipos: as modas e as cantigas. As modas têm letra e música próprias, ao passo que as cantigas são quadras que se adaptam a qualquer música que acerte com o número de sílabas dos seus versos. Quando se canta em coro, a moda é geralmente introduzida por uma cantiga entoada total ou parcialmente por um solista. A seguir entra o "alto", que canta um ou dois compassos, uma terceira acima do primeiro cantor e imediatamente entra o coro no mesmo tom do primeiro, enquanto o alto se aguenta sozinho no tom em que começou, até terminar a parte do coro. O ritmo é, por vezes, muito marcado. O Cante, apesar de dolente, não é mole. Saber imprimir-lhe o ritmo é uma das qualidades do cantor."²

É “cantado a várias vozes, cada conjunto de vozes, ao seu tempo e com os seus tons, ou timbres de voz, diferentes. O cante alentejano é composto pelo Ponto, que apresenta o tema da canção através de uma cantiga, o Alto, que introduz a moda, com um tom de voz mais acentuado que o restante grupo, e por fim o Coro, mais conhecido por Baixo, que envolve o grupo na sua totalidade (ponto, alto e restante grupo). Em relação à estrutura do texto poético da canção, trata-se de um poema, composto por estrofes (quadras ou quintilhas), onde o primeiro verso é cantado pelo ponto, os dois seguintes pelo alto e os restantes versos pelo baixo (Maçarico apud Ventura, 2009:3)”

Apesar de, hoje em dia, os corais, ou modas, terem o seu ponto alto em tabernas, em festas ou nas ruas, desde os anos 20, com a formação dos primeiros grupos corais e com a “industrialização” da agricultura, o cante era tido como uma manifestação informal e livre, que ocorria no campo, e servia como marcador de ritmo, lento, do trabalho à jorna, principalmente no que diz respeito a certas culturas agrícolas do Alentejo, tais como a ceifa, a monda e a apanha da azeitona – estas últimas com uma cadência mais rápida, por ex.: oliveirinha da serra.

O cante era, igualmente, na sua essência, cantado tanto por homens como por mulheres e crianças. Porém, nos anos 30, embora o mesmo já fosse cantado nas ruas, nas tabernas e no trabalho, é sob a influência da política do espírito de António Ferro, que passa a ter um desempenho performativo em grupo coral, tido exclusivamente como uma prática masculina.

Em suma, no seu enquadramento musical teórico, o cante é

2

http://www.joraga.net/gruposcorais/pags09_pautas_09_CSerpa_MRitaOPC/0433_CdeSerpa_MRitaCortez_p037_000_modas&cant.htm consultado em Maio de 2016

[...] O termo utilizado unicamente para designar uma prática performativa cultivada no Baixo Alentejo, no seio das comunidades alentejanas radicadas na cintura industrial de Lisboa e Setúbal e no estrangeiro, associada a um repertório transmitido oralmente, constituído por modas, sendo estas compostas por um texto cantado sobre uma melodia, para a qual a designação local é estilo, em forma estrófica e sem acompanhamento instrumental. As modas são executadas por um grupo de vozes, designado por “grupo coral alentejano” ou “rancho de cantadores” quando formalmente constituído, normalmente composto exclusivamente por elementos do sexo masculino, embora existam, em menor número, grupos femininos, mistos e infantis. Com a exceção dos grupos masculinos, o mais antigo fundado em 1926, todos os outros só se constituíram após o 25 de Abril de 1974. (Paulo Lima, 2013:10)

É importante ressaltar que, com o êxodo rural, por todo o país e, em especial, na Região de Lisboa, o cante foi, também, proliferando, uma vez que os alentejanos deixavam as suas raízes do campo e iam para a cidade industrializada em busca de trabalho e de melhores condições de vida. Daí que José A. Orta vá mais longe, lembrando, como atrás se afirma, que nem só no Baixo Alentejo vive o cante. Ele é característico da região, como expressão identitária da população que o “veicula, produz e reproduz” (Orta, 2002:186) uma vez que permite traçar o perfil psicossocial das gentes do Alentejo. E, embora as modas sejam “criadas e cultivadas, digamos mesmo segregadas, pelas povoações de Reguengos, Monte Trigo, Torrão e Grândola; a sul, pela Mina de São Domingos, Mértola, Almodôvar e Odemira” (Nazaré apud José A. Orta, 2002:187), o cante vive, também, nos migrantes e, até, nos estudantes que, pelo país fora, o tentam imitar.

Desta forma, e apesar de o tema do estudo ser a necessidade de uma rota do cante no Baixo Alentejo, não nos podemos esquecer dos supracitados migrantes e da importância dos mesmos na criação de grupos corais, associações, rituais festivos e outras redes, espalhadas um pouco por todo o país (e até pelo mundo fora!), repletos de cultura e de um sentido de pertença ao Alentejo, adaptados ao contexto destes novos habitantes. Desta corrente, nasce a tese de Ana Durão Machado, *Feijó, meu lindo Feijó: o Alentejo na Margem Sul do Tejo* (2001), um estudo antropológico assente nas “estratégias identitárias que desempenham um papel muito importante, uma vez que, permitem ao indivíduo não perder as suas referências e o seu historial” (Machado, 2001:17). Assim, quando nos anos 50/60 se assiste a um fluxo migratório

do alentejano rural para o meio urbano, ele leva consigo o amor à terra, aos seus usos e costumes e à sua cultura, recriando no seu novo habitat, o seu contexto passado e agrupando-se aos seus semelhantes, tendo sido “o cante que serviu para gerir os processos identitários, fazendo dele um mote de união” (Machado, 2001:26)

O cante vai, ainda, para além do descritivo musical teórico. Ele é a própria representação social da cultura poética Baixo-alentejana. Ou seja, tem “uma estrutura musical e poética que o caracteriza e diferencia e tem um conteúdo representacional que espelha e ao mesmo tempo estrutura a vida social” (Orta, 2002:191). O cante não pode ser indissociado da sociedade e da cultura em que é criado, tal como as outras formas musicais de outros países e culturas não o podem ser. A música não pode ser dissociada da poesia com que se entrelaça, e esta do sentir e dum pulsar de um povo. Tal como o sentir e o pulsar de um povo está intimamente entrosado com a natureza em que vive” (Orta, 1998:396).

No cante temos "uma representação fenomenal das estruturas socioeconómicas com as modas de trabalho (...), no cante se exprimem os diferentes saberes e as diferentes emoções que prendem o homem à terra com as modas da natureza (...) no cante, o homem alentejano exprime a sua personalidade no amor, na nostalgia e no fado (...) no cante se canta com alegria o florir majestoso da primavera (...) o convívio solidário da festa (...) ou a grande paixão pelo Alentejo (...) Estas múltiplas dimensões fazem do cante um fenómeno social total (...) mas é sobretudo a natureza que o homem canta (...) frequentemente presente noutro tema, o do amor (...) Mas o cante muda com a sociedade em que vive". (Orta, 1998:398-402).

Incontestável também é que “os corais alentejanos, simples e espontâneos, são um grito de alma que impressiona profundamente quem os ouve (...) são a verdadeira expressão músico-etnográfica do Baixo Alentejo, um dos seus maiores títulos de recomendação e de atração para os apreciadores e estudiosos de tão característica e perturbante música folclórica” (Joaquim Roque apud Nazaré 1979:88). O cante ou o ato de cantar é, para o alentejano “o verdadeiro ato de identificação coletiva, de comunhão espiritual com os do seu sangue e da sua pátria, para onde quer que vá, onde quer que se encontre” (Fernando Lopes Graça apud Nazaré 1979:94). "Para os seus praticantes e aficionados, o cante encarna um forte sentido de identidade e pertença, ao mesmo tempo que reforça o diálogo entre gerações e géneros diferentes e pessoas de diversas origens, contribuindo deste modo para a coesão social." *in A*

Tradição (2015:129). Segundo a Tradição, o cante é “um marcador de identidade local e regional, como um meio eficaz para cultivar a criatividade, para reforçar a coesão social, a diversidade cultural e a cooperação entre grupos e comunidades.” *in* A Tradição (2015:20)

Curiosamente, atualmente, já se podem distinguir informalmente dois tipos de cante, na opinião de Ana Durão Machado. Um mais performativo/representativo – aquele que surge das atuações em palco, ensaiadas para o efeito e para o público em geral – e outro mais espontâneo, após essas mesmas performances – mais sentido, improvisado, genuíno, original e prazeroso.

Hoje em dia, graças ao reconhecimento do cante como Património Imaterial da Humanidade em 2014, bem como à criação e formação de grupos corais infantis, às questões de debate sobre a valorização cultural e patrimonialização, e aos 250 (140 no ativo) grupos corais existentes, podemos crer que o cante jamais será esquecido.

Por isso para Paulo Lima, na sua antologia *Ao romper da bela aurora*, o cante é uma “homenagem a todos os momentos da vida” e “informalmente, canta-se em todos os momentos” (2013:6iii). Sem preconceitos de género ou de faixa etária. Para o mesmo autor o cante deve ser olhado com respeito pois, para além da história que é iminente construir, deve sê-lo pelo seu não enquadramento no movimento folclórico nacional mas sim pelo seu movimento coral popular único visto que alberga em si quer o “movimento orfeónico (...) quer com os cantos de trabalho associados ao operariado em vias de industrialização” (2013:7iii)

Assim, a sua salvaguarda é de extrema importância uma vez que o cante contribui para a criação da identidade do Alentejo e das suas gentes, lutando contra os *lobbies* político-administrativos que ainda travam o diálogo e o bom senso entre as diferentes instituições. Esta é, também, a missão da Casa do Cante, em Serpa

[...] A salvaguarda do Cante Alentejano, cuja Visão é a Sustentabilidade do Território através da Identidade, e onde os objetivos são criar projetos que autossustentem e valorizem os elementos de uma identidade em constante dinâmica.

O projeto pretende ser uma plataforma entre as pessoas, os grupos e as comunidades, detentoras dos bens culturais imateriais, entre os investigadores e os centros de investigação dedicados a esta área e entre os agentes da economia da cultura.

A geografia de atuação da Casa do Cante compreende o Sul de Portugal, o Mediterrâneo, a Península Ibérica e a Ibero-América.

A Casa do Cante nasceu da vontade do Município de Serpa de contribuir para a valorização das Identidades do Sul, ciente da importância do diálogo intercultural que estas permitem.

A Casa do Cante é a entidade gestora da Candidatura do Cante Alentejano à Lista representativa do património cultural imaterial da humanidade, apresentada pelo Estado Português à UNESCO em 2013.³

Nas palavras de Anna K. Campos (2012:7), “O património cultural é fator de identidade cultural e de memória das comunidades, fonte que as remete a uma cultura partilhada, a experiências vividas, a sua identidade cultural e, como tal, deve ser respeitado”, sendo, portanto, mais do que um atrativo turístico.

Por último, é importante refletir e reafirmar o que já foi escrito, de forma empírica, sobre o cante como uma construção identitária de um povo. É, sem dúvida, uma marca que distingue os alentejanos, um elo de ligação de uma comunidade. É um registo transversal a toda uma região e não só após o seu reconhecimento enquanto Património Imaterial da Humanidade. O cante é o reflexo de um povo mas que se estende e é inclusivo a quem o quiser sentir ou ouvir. A quem o assiste ou visita, dá-lhe ferramentas para melhor compreender e respeitar as tradições e os comportamentos deste povo alentejano. Faz parte da História e da identidade do Alentejo, em particular do Baixo. Contribui, ainda, para o estudo e o traçar da vida e das gentes da terra e é um contributo para a valorização e preservação do património e da própria população.

1.1.1 Património e Identidade

O cante é transversal a (quase) todos os alentejanos. É uma característica e confere uma identidade a cada um de nós, pertence a cada alentejano. É uma forma de vida e de estar, permitindo um elo de ligação e de coesão social. Uma identificação também ela social e regional, equiparada aos laços de sangue, de costumes, de clube ou de religião. É um interesse comum a todos os Baixo Alentejanos e daí que haja, em cada um de nós, uma forte consciência de pertença. “É um facto social incontestado que, cada vez mais, os cidadãos têm consciência comunitária do valor histórico e da riqueza etnográfica do seu património coletivo, espelho e vetor da sua identidade cultural,

³ in <http://casadocante.pt/> consultado em Abril de 2016

mobilizando-se com vontade empatizada e determinação assumida na tarefa urgente e incessante da sua defesa." (Jorge 2000:7)

"O Cante é a identidade e a história do povo alentejano, que os grupos corais souberam, notavelmente, preservar e perpetuar até aos dias de hoje (...) O Alentejo conseguiu uma importância única, enquanto espaço com uma identidade cultural forte numa região patrimonialmente rica e o Cante passou a ter um lugar de destaque (...) o cante é um ativo e é assim que deve ser encarado, num trabalho geral de promoção do desenvolvimento do concelho [de Serpa] e da região, que passa pelas indústrias criativas, pelo turismo, pela economia local. *"in A Tradição* (Tomé Pires 2015:10)

O indivíduo tem um conjunto de traços que o identifica e o cante está, para o Alentejo e o seu povo, como a alma está para o Homem, quase como um fator biológico. Contudo, para o transformar num produto de oferta turística – que abaixo iremos desenvolver – é necessário um percurso de reforço da sua identidade enquanto produto. É preciso aprofundar o seu valor, os seus objetivos, os seus recursos, as entidades envolvidas, o envolvimento dos indivíduos, a sua praticidade quotidiana e o seu futuro. É urgente uma reflexão e uma clarificação do que o cante representa para cada um e reafirmar a sua diferença e a sua capacidade.

É inegável a importância da identidade da cultura alentejana, em particular do cante, na criação do supracitado sentido de pertença, ou seja, da ligação afetiva entre as pessoas e esta tradição específica, e na elevação da autoestima do povo. Quantos maiores forem estes níveis maiores será o orgulho no cante e o compromisso com o mesmo. Tudo isto contribui para a criação e posicionamento de uma marca – ou de uma rota – e o aumento do vínculo à mesma feita em conjunto com ligações emocionais. Aliás, este sentimento, se for evidente, será percebido pelo próprio turista dotando-lhe a capacidade de ter uma experiência única e memorável, como mais adiante poderá comprovar.

Como já foi escrito, o cante é uma forma de identidade do povo alentejano. Essa característica fortemente distintiva e identitária foi agora reconhecida a nível mundial. E porquê identitária? Porque abrange tradições, conhecimentos e representações de um povo e assegura a diversidade e a imparidade de uma tradição. Tal como defendeu Sónia Moreira Cabeça em entrevista ao Diário do Alentejo de 1 de Abril de 2016 “o cante é e sempre foi património de homens, mulheres e crianças”. Acima de tudo, o cante por si só é capaz de identificar o Alentejo e a alma alentejana, como uma marca ou um traço perceptível que produz a diferença na sua essência.

O cante assume-se como um fator conciliador dos pontos fundamentais da identidade de um povo, faz parte das memórias relevantes do mesmo e é um elemento fulcral para a continuidade do conceito de alentejano. Neste contexto, é possível mencionar o trabalho de Virgolino Ferreira Jorge (2000), citado por Sérgio Veludo Coelho que afirma existirem “várias linhas de relação entre identidade e património” (Veludo 2012:47), nomeadamente, nomeadamente "importância dos contextos de formação da cidadania na sua relação com os fatores identitários e patrimoniais" (Jorge 2000:5). Isto é, a "conservação do património é considerado, cada vez mais, como um modo de defesa global do ambiente que não se preocupa só com a proteção do espaço vital coletivo (...) na garantia de integridade da nossa memória nacional (...) O homem necessita de continuidade histórica; ele não poderá evoluir sem tradição, sem vivência histórica (Jorge 2000:9). Mais ainda, para aquele penúltimo o “património cultural é a base identitária de coisas ou ideias que se substanciam como testemunhos das marcas culturais e civilizacionais da Nação, Pátria, e sobretudo de uma sociedade com uma Língua, História e compromissos comuns” (Veludo 2012:24). Contudo, a “defesa da identidade cultural enquanto objetivo nacional fundamenta-se como essencial desde que se crie a perceção entre a dimensão do passado tangível e intangível e a dimensão de futuro, no sentido coletivo (...) tiver um sentimento de estes que os fatores se projetam para além do presente.” (Veludo 2012:26).

Para Joana Marques (2012), na sua dissertação de mestrado intitulada *Discursos dos Museus: uma perspetiva transdisciplinar*

[...] A natureza do património é atualmente social e identitária, destinada a ligar o indivíduo à comunidade através de traços culturais que reconheça e é, por isso, utilizada para reforçar laços locais: a busca identitária e memorial é uma das atividades fundamentais das sociedades contemporâneas. (...) A identidade é um processo de identificações historicamente apropriadas que conferem sentido a um grupo (Cruz, 1993). Este dá-se dentro do processo de sociabilização, ou seja, na interação quotidiana e nas trocas reais e simbólicas entre indivíduos, de onde emergem sentidos de pertença a partir da perceção da diferença e da semelhança entre o ‘nós’ e o ‘outro’ (RODRIGUES, 2012). (J.G.Marques 2013:235)

Todas as culturas têm as suas tradições que são os alicerces e afirmam a sua memória, material e imaterial, e se elevam como indicadores identitários – as, também, denominadas raízes ou valores perpetuados, representativos da própria comunidade.

De facto, o Alentejo, em especial o Baixo, tem no cante a componente distintiva em relação a outros lugares e tem a capacidade de albergar à sua essência sentimentos, por exemplo de apropriação – do próprio cante, do que ele transmite, do que ele representa - ou de histórias e experiências. Porque se os alentejanos se identificam com o cante, é natural que desenvolvam atitudes positivas em relação a atividades que se venham a desenvolver sobre o mesmo. As pessoas precisam de sentir e fomentar esta posição favorável em relação à cultura local para serem participativas e contributivas, ao mesmo tempo que, em troca, obtém satisfação biológica ou psicológica e integração social, em vez de uma mera identificação.

Em suma, nas palavras de Donizete Rodrigues

A identidade é um processo de identificações historicamente apropriadas que conferem sentido ao grupo. Ou seja, ela implica um sentimento de pertença a um determinado grupo étnico, cultural, religioso, de acordo com a perceção da diferença e da semelhança entre «ego» e o «alter», entre «nós» e os «outros» (...) A sociedade constrói e reproduz a sua identidade através do apego constante ao seu passado, mitológico, histórico e, principalmente, simbólico-religioso (...) Como atributo coletivo, o património é um elemento fundamental na construção da identidade social/cultural e, simultaneamente, é a própria materialização da identidade de um grupo/sociedade (...) O património expressa a identidade histórica e as vivências de um povo (...) É a herança cultural do passado, vivida no presente, que será transmitida às gerações futuras (...) a identidade reflete todo o investimento que um grupo faz, ao longo do tempo, na construção da memória. Portanto, a memória coletiva está na base da construção da identidade. Esta reforça o sentimento de pertença identitária e, de certa forma, garante unidade/coesão e continuidade histórica do grupo. (Rodrigues s/d:3-5)

O cante é, então, uma ferramenta de autoconhecimento, é um espelho do povo alentejano, legítimo e indiscutível herdeiro e proprietário desta tradição. "Só uma manutenção eficaz da nossa herança histórica poderá garantir uma continuidade consciente da nossa identidade nacional" (Jorge 2000:8).

O cante é o Hino e a Alma do Baixo Alentejo, como é mostrado no espécime seguinte.

Alentejo, Alentejo

*Eu sou devedor à terra,
a terra me está devendo!*

*Eu sou devedor à terra,
a terra me está devendo!
A terra paga-me em vida,
eu pago à terr'(em) morrendo!
A terra paga-me em vida,
eu pago à terr'(em) morrendo!*

*Alentejo, Alentejo!
terra sagrada do pão!
Eu hei-de ir ao Alentejo,
mesmo que seja no Verão.*

*Ver o doirado do trigo
na imensa solidão.
Alentejo, Alentejo!
terra sagrada do pão!*

in Cancioneiro de Serpa⁴

1.2 Turismo

Tal como acontece em muitas outras temáticas, o conceito de turismo tem tantas definições quantas as que se ousa imaginar. Certo é, nas palavras de Licínio Cunha (2010:2), em citação a Beni (2005), tal deriva do “facto de o turismo se encontrar ligado, praticamente, a quase todos os setores da atividade social humana”. Porém, de acordo com Cunha (s/d), que, historicamente, o primeiro conceito a ser delineado foi o de turista, posteriormente e fundamentalmente usado no âmbito estatístico e, só depois e partindo deste, o de turismo enquanto atividade. Com efeito, depois de mais de 50 anos de inúmeras alterações, é em 1993 que a Comissão de Estatísticas da ONU (Organização das Nações Unidas) adotou a definição que passou a vigorar desde então:

[...] Visitante é qualquer pessoa que viaja para um local que não seja do seu ambiente habitual por menos de 12 meses e cujo principal propósito da viagem é outro que não o de exercer uma atividade remunerada no local visitado; Turistas: visitantes cuja estada é pelo menos de uma noite num alojamento coletivo ou

⁴ <http://www.joraga.net/>

privado no local visitado; Visitantes do dia: visitantes que não passam uma noite num alojamento coletivo ou privado no local visitado. (1994:4)

Apesar de todos os pontos de vista que existem, resultantes das alterações das dinâmicas da sociedade, bem como das relações entre os homens, dos seus estilos de vida e das mudanças sociais e culturais que dão início a novas espécies de turismo e de produtos, de acordo com Cunha (2010:15), existem, também, alguns elementos evidenciados pelos diversos autores e conceitos de turismo, ao longo de todo o século XX que, desde já, se passa a citar:

- Distinção entre definições técnicas e conceitos de turismo tendo como base aquelas;
- Deslocação temporal para fora do ambiente habitual de residência, sejam residentes ou não, levando à noção de zonas ou países emissores ou recetores;
- Ausência de remuneração no local ou locais visitados pressupondo a transferência de riqueza dos locais de onde ela é obtida para aqueles que são visitados;
- Motivos da deslocação proporcionados pelo lazer (recreio), negócios ou outros, que podem resultar de razões profissionais, sociais ou individuais com carácter compulsório;
- Geração de fenómenos e relações resultantes da deslocação temporal e que nascem da interação, nas regiões emissoras e recetoras, entre visitantes, fornecedores de bens e serviços, governos, comunidades e ambientes;
- Interdependência dos fenómenos originados;
- Atividades realizadas por quem se desloca como visitante e facilidades criadas para satisfação das suas necessidades.
- Ausência de relações duradouras com os locais visitados significando ausência da recomposição de novos modos de vida;
- Lugares caracterizados pela existência de elementos, tangíveis e intangíveis, com capacidade para exercer uma atração de pessoas;
- Nascimento de atividades e equipamentos diferentes daqueles que são exigidos pelos residentes;
- Efeitos económicos, sociais, culturais, psicológicos e ambientais novos;
- Geração de fenómenos pelas transformações operadas nos destinos e nas vias de acesso com o fim de atrair e receber visitantes.

Sucintamente, nas palavras de Edgar Bernardo (2013), parafraseando Cunha (2009), o turismo pode ser, ainda, classificado segundo a origem dos visitantes

(doméstico ou interno; recetor ou emissor; interior, nacional ou internacional), as repercussões na balança de pagamentos (externo passivo, e.g. exportação, e externo ativo, e.g. importação), a duração da permanência (relacionado com os destinos – destino principal, distância máxima e destino motivante), o grau de liberdade administrativa (turismo condicionado ou turismo livre), e a organização da viagem (individual e definido livremente ou coletivo e organizado por operadores de viagem).

Henriques (2003) completa esta classificação, afirmando que a procura constitui o objetivo preferencial do turismo e, sem a mesma, a oferta turística não se encontra finalizada. Isto é, é, de todo, ilógico criar um produto se este não tiver procura, ou seja, um público interessado em adquirir/usufruir do mesmo, desejo esse que deve ser fomentado por campanhas de *marketing*, favorecendo a diferenciação. Certo é, segundo o referido autor, que um turismo de sucesso reflete, na economia local, um aumento do fluxo da riqueza e, conseqüentemente, um aumento dos postos de trabalho e favorece o desenvolvimento regional, muito frequentemente com poucos recursos.

Particularmente, em Portugal, a verdadeira relevância do turismo na produção nacional e o seu contributo para o nível e qualidade de vida das populações continua a merecer pouca atenção, apesar do forte crescimento nos últimos 30 anos e do seu relevo para a economia nacional (Cunha, 1997). De acordo com o Decreto-lei nº 191/2009, de 17 de agosto (Lei de Bases do Turismo), o turismo detém

[...] uma capacidade real de contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos Portugueses e para a progressão da coesão territorial e da identidade nacional, através da promoção do desenvolvimento sustentável em termos ambientais, económicos e sociais [...] representa atualmente cerca de 11% do PIB e emprega mais de 500.000 pessoas [...] (p. 5336).

O turismo é promotor de várias estratégias essenciais ao crescimento das regiões. Um concelho para ser um forte atrativo turístico deve promover a sua imagem; ter capacidade de apoiar a implementação de empresas locais; ter uma rede participativa de instituições; ser capaz de estimular a cooperação regional; apostar no seu ensino, ser promotor da formação e da investigação; desenvolver uma comunidade criativa, participativa e inovadora que aposte nas tradições tanto quanto nas novas tecnologias; que aposta na segurança do indivíduo e na qualidade de vida, e que estimula a cultura, o desporto e o lazer sem descuidar a qualidade ambiental, nem as políticas de saúde. Atrair visitantes e residentes bem como uma animada e dinâmica oferta turística requer,

também, o desenvolvimento do tecido empresarial, da empregabilidade e do empreendedorismo; requer a melhoria das acessibilidades ferroviárias e rodoviárias, bem como a mobilidade entre cidades e a sustentabilidade das aldeias, através de uma correta política de planeamento territorial e aproveitamento das energias renováveis e dos recursos naturais e culturais, mas sem desprezar a integração e a justiça social ou a autoestima e a cidadania da comunidade.

Assim, todos temos “o dever de preservar, defender e valorizar o património cultural” (p. 5810), conforme está previsto no Artigo 11º da Lei nº 107/2001, de 8 de setembro, que estabelece as bases da política e do regime de proteção e valorização do património cultural.

1.2.1 Turismo Cultural

As tendências atuais de turismo espelham as preocupações, também atuais, dos consumidores/visitantes: o ecoturismo, ou turismo verde, e o retorno à natureza; o turismo comercial e o desejo de realizar atividades económicas, ou o turismo cultural.

O Turismo Cultural é um produto estratégico para Portugal e, no nosso caso, para o Baixo Alentejo, com tendência crescente. Não só a busca deste produto é feita pelas paisagens naturais, ou pelos museus, monumentos e centros históricos, como o património imaterial das tradições ou da gastronomia, pela sua singularidade, diversidade e qualidade, se tem tornado objeto de procura. Deve-se, por conseguinte, rever a estratégia e apostar no desenvolvimento de itinerários distintivos e inovadores, e incentivar o apoio e preservação do património. Porém, nem só de realização de eventos sobrevive um produto, é importante criar conteúdos informativos, preferencialmente gratuitos, e, naturalmente, a qualificação e todas as infraestruturas adjacentes, como o alojamento, os espaços públicos ou os acessos. Em particular, para a valorização do património cultural imaterial as comunidades devem estar envolvidas nas ações de dinamização dos locais para os quais se pretendem captar os turistas, para a salvaguarda destas mesmas atividades tradicionais, reforçando os aspetos distintivos da sua própria identidade.

O Turismo Cultural é uma ferramenta contra a sazonalidade e é uma importante estratégia de preservação e valorização patrimonial. De acordo com o Plano Estratégico Nacional de Turismo é um dos dez produtos estratégicos para o desenvolvimento turístico do nosso país pois, devida à sua pequena dimensão territorial, mas à enorme

riqueza patrimonial, histórica e cultural, permite uma maior concentração de pontos de interesse dignos de serem visitados, e também a um mais fácil acesso aos mesmos pela proximidade.

O Alentejo é conhecido por ser a terra de planícies, com horizontes sem fim e é reconhecido pelas suas cidades, vilas e aldeias hospitaleiras e históricas mas também pelos seus vinhos e gastronomia. Hoje em dia, após ter sido distinguido como Património Imaterial da Humanidade, o cante faz parte desse reconhecimento.

De acordo com Cunha (1997:23), relativamente ao turismo cultural,

[...] As viagens das pessoas incluídas neste grupo são provocadas pelo desejo de ver coisas novas, de aumentar os conhecimentos, de conhecer as particularidades e os hábitos doutras populações, de conhecer civilizações e culturas diferentes, de participar em manifestações artísticas ou, ainda, por motivos religiosos.

Já a UNESCO sempre alertou para a relevância do turismo como atividade geradora de condições para a proteção dos bens patrimoniais, perante a falta de recursos financeiros e técnicos dos órgãos nacionais.

Na mesma linha, pela autora Anna K. Campos (2012), surge a certeza de que a cultura é um dos principais motivos para a realização de uma viagem, sendo que a forma de visitar os atrativos turísticos sofreu alterações ao longo do tempo. Assim, de acordo com a autora supra citada, é a partir da década de 60 que o turismo emerge como uma alternativa ao desenvolvimento mundial. Porém, a atividade turística, hoje em dia, numa época globalizada, terá de constituir um incentivo à preservação do património e ao orgulho dos povos na sua identidade cultural. Ou seja,

[...] o desenvolvimento do Turismo Cultural a nível local permite regenerar e revitalizar os municípios, não só a nível económico mas também no que se refere à paisagem, à preservação do património cultural e histórico. Permite ainda o desenvolvimento e a revitalização de identidades culturais, a redescoberta das tradições, a auto consciência local face aos visitantes, a revitalização do sentido identitário, a proteção das “back regions”, o desenvolvimento económico de regiões em crise. (Campos, 2012:15).

Santos e Paulino (2010) não se coíbem de afirmar que, cada vez mais, há uma valorização do aspeto cultural e das especificidades de um povo por parte do público e, em consequência, da importância da construção de produtos turísticos que afirmem e

valorizem as regiões. Daí que, para estes autores, “a cultura de um povo não se exprime apenas em aspetos físicos mas também nos saberes, músicas e danças típicas, no folclore.” (Santos & Paulino, 2010:33).

Por último, segundo Vitorino (2012), nos últimos anos, tem-se presenciado à valorização do mundo rural, descobrindo-se a qualidade de vida alicerçada nos valores da rusticidade. Este apreço deve-se não só à atividade agrícola, mas, também, a fatores ambientais, culturais e turísticos, atribuindo-se uma maior importância à população destes meios, dado que é ela que preserva os valores patrimoniais materiais, imateriais e paisagísticos do mundo rural, ajudando a viabilizar, também, o turismo. O mesmo autor afirma que, ao longo de décadas, assistiu-se à desertificação do meio rural, devido à migração das pessoas para as grandes urbes na procura de trabalho e de melhores condições de vida, tendo ficado o meio rural conservado na sua essência. Volvidos estes anos, presenciamos o inverso, ou seja, a procura do campo para restituir “a paz de espírito, a tranquilidade, a liberdade de movimentos, valorizando-se as raízes, o autêntico, o que é genuíno, a diferenciação” (Vitorino, 2012:12).

1.2.2 Desenvolvimento Sustentável

A noção de Desenvolvimento é complexa e multidisciplinar. Segundo François Perroux (1963) o desenvolvimento “engloba e sustenta o crescimento e que a análise dos períodos fornecem um acréscimo de potência explicativa aos esquemas analíticos dos períodos de crescimento” e ainda “o desenvolvimento é a combinação das transformações de ordem mental e social de uma população que lhe possibilitam o aumento cumulativo e duradouro do seu produto real global” (cit: Paula Reis, 2012:20)

O desenvolvimento pressupõe, antes de mais, pessoas e localizações, das próprias e das atividades.

Existem dois grandes modelos de desenvolvimento económico. O modelo fordista e o regime de produção flexível.

O primeiro é fortemente hierarquizado e inflexível. Surgiu como resposta à crise dos anos 30 do século XX. Foi definido por F. Taylor e H. Ford e é caracterizado por uma produção intensiva apoiada em setores industriais chave, introduzindo técnicas inovadoras e novos métodos de trabalho. Aqui, o Estado surge como o principal regulador da economia: investe capital, define impostos, promove emprego e fornece serviços sociais. É o chamado Estado-Providência.

O segundo, devido aos avanços da tecnologia, à introdução de diversas inovações, nomeadamente ao nível de organização e gestão empresarial, permitiram uma automização flexível. Ou seja, houve uma adoção de formas de organizações mais flexíveis também fomentada pela ascensão das tecnologias de informação e comunicação.

Desenvolvimento local é, sucintamente, o esforço para melhorar as condições de vida dos que habitam num determinado local, isto é, da comunidade e do espaço geográfico e cultural que ela ocupa, mas tendo em conta as características desse local. Deste modo, difere de desenvolvimento em geral porque concerne a uma comunidade, respeitando os seus valores e a sua história. É, então, o seu objetivo máximo uma ação que promove iniciativas e estratégias que pretendem alterar e/ou melhorar o nível de vida das pessoas da comunidade.

Os objetivos mais frequentes desses projetos locais são: o reforço do potencial humano; a fixação de jovens e melhorar o nível de emprego e de formação.

O desenvolvimento local é a luz ao fundo do túnel para aquelas regiões, como o Alentejo, que padecem do mal de despovoamento.

Historicamente, apesar de nos anos 50 e 60 já existirem algumas iniciativas de desenvolvimento comunitário, só a partir dos anos 80 e 90, com o paradigma territorialista começou a ter relevo e tem como referência as leis de descentralização francesas.

Uma vez que, tal como já mencionado, o desenvolvimento local tem de ser para todas as pessoas mas que não pode estar indissociável da variável espaço – tendo em conta o melhoramento de qualidade de vida através de laços de cooperação entre os atores locais – este conceito apela, deste modo, ao empoderamento das populações e capacitá-las para desvendarem e resolverem os seus próprios problemas, necessidades e oportunidades.

Já no século XX, as regiões do interior e todas aquelas cuja densidade populacional é mais baixa adquiriram uma repercussão crescente com as políticas públicas orientadas para o desenvolvimento local no âmbito dos quadros comunitários de apoio cujas tendências de despovoamento, envelhecimento da população e a baixa qualificação são uma dramática realidade. Há, então, que procurar as potencialidades das regiões sem por em causa a sustentabilidade local.

Podemos, então, distinguir dois paradigmas de desenvolvimento local.

O paradigma funcionalista surge na Europa na década de 60/70 e tem com base o pensamento económico neoclássico e “assenta na evolução de um sistema produtivo cada vez mais eficiente através da acumulação de capital e do progresso tecnológico e, por isso, dos fluxos inter-regionais de rendimento e capital, de forma a uma maior satisfação das necessidades humanas” (Henriques apud Paula Reis, 2012)

O paradigma territorialista surge nos finais da década de 70 e baseia-se nas insuficiências de política regional e na vontade de atenuar as assimetrias regionais. Neste paradigma ultrapassa-se o lado económico e técnico dum determinado local e considera-se as especificidades de atores e de contexto sociocultural.

Por último, seja qual for o desenvolvimento, local ou geral, nos dias que correm é essencial ter em mente o desenvolvimento sustentável que mais não é, muito resumidamente, aquele que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade de futuras gerações de satisfazerem as suas próprias necessidades.

Ora, incontornável é o fato de Desenvolvimento Local estar na ordem do dia! E, com ele, ou a ele, outros conceitos se copulam: desenvolvimento comunitário, rural, território, sustentabilidade, recursos endógenos, etc.

De acordo com Miguel Velez em “Desenvolver (Des)Envolvendo” (2001:137) o D.L. surge como uma resposta ou uma consequência inevitável à ineficácia das respostas dadas pelas políticas económicas e por uma necessidade das comunidades aliando o respeito pelas pessoas, pelo ambiente, pelo património, bem como, o incentivo à participação e à responsabilização.

É um processo claramente dinâmico, sempre em mudança, tal como a sociedade em geral, que tem no seu cerne o território e a identidade local, valorizando os recursos dos mesmos e tendo, ainda, em vista a melhoria das condições da população.

Na mesma obra, Rogério Roque Amaro, Presidente da Mesa da Assembleia Geral da animar – Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local, defende que o D.L. é centrado numa comunidade local e que o conceito do local se define como “ o resultado de uma construção de identidades; há um grupo de interesses que se assume, que se identifica e onde são mobilizáveis ações de solidariedade concretas”. E mais que “parte das capacidades locais articulando-as com os recursos endógenos” e que “ é por natureza integrado (...) que pressupõe um trabalho de parceria, a cooperação, a definição de ações conjuntas, a negociação de conflitos e das solidariedades locais”. *In* “Desenvolver (Des)Envolvendo” (2001:155)

Assim, subentende-se que não existe D.L. sem democracia, uma vez que contempla, em primeiro lugar, uma participação ativa quer das pessoas quer das organizações. E é, também, indiscutivelmente, em Portugal, um serviço público, pois é o que está mais próximo das populações, consciente das suas necessidades e capaz de desenvolver com qualidade a vida das populações, mesmo as mais isoladas ou rurais!

Com a ineficiência e os impactos da industrialização começou-se a desenhar uma nova estratégia de desenvolvimento onde o foco estivesse no meio ambiente, ou seja, houve uma tomada de consciência da escassez de recursos. A esse desenvolvimento apelidou-se de desenvolvimento sustentável.

Mais tarde, o mesmo evoluiu, a nível comunitário e económico, e assentiu-se que o mesmo se firmava em três pilares: desenvolvimento económico, proteção do meio ambiente e inclusão social, bem como de um equilíbrio constante entre os três.

Para Sachs (1993) citado por Pereira (2002:119) podem ainda defender-se cinco dimensões de desenvolvimento sustentável: social, económico, ecológico, espacial e, a que é de enorme relevo para este projeto, cultural “propõe um novo modelo desenvolvimentista que valorize a continuidade das tradições e a pluralidade dos povos”

Contudo, e criticamente, muito além da definição objetiva de desenvolvimento local, este é, antes de mais, uma opção política uma vez que depende em Portugal de fundos provenientes da União Europeia e o Estado é, muitas das vezes, colaborador ou parceiro. Assim, o interesse da população acaba subjugado às vontades políticas e financeiras externas, desviando e desvirtuando o verdadeiro interesse local.

A nível de limitações, para além da sustentabilidade e das motivações exteriores, o desenvolvimento local parece também não responder na totalidade a questões como o desemprego, o envelhecimento ou a migração. Apesar de a nível local certas questões afetarem as populações elas são de foro macro, estatal ou vítimas dos modelos vigentes.

A globalização tende a subjugar as identidades locais daí que, os projetos de desenvolvimento local consideram não só as identidades, como ainda conservam a diversidade social e cultural, atende às especificidades, valora os recursos endógenos, combate as disparidades ao nível dos desenvolvimentos locais e regionais, originam diversidade e complementaridades, e potencializam a criação de emprego (riqueza). Num mundo cada vez mais globalizado, é necessário estudar e implementar projetos de desenvolvimento local, embora condicionados por verbas oriundas de fundos europeus, de modo a dinamizar, gerar riqueza, entre outros, as populações e regiões, não descurando a sustentabilidade dos mesmos. É necessário mobilizar a população, analisar

a vocação do território, fortalecer as redes sociais e, ainda, alterar paradigmas vigentes, e ultrapassar desafios demográficos, ambientais, económicos.

1.3 Rotas

De acordo com Maia (2011), no âmbito do Turismo Cultural, as rotas têm-se tornado nas práticas turísticas com maior procura, pois conseguem concentrar o interesse de quem as procura, mas têm a capacidade de não se cingirem exclusivamente a ele.

Outra grande vantagem das rotas é a possibilidade que as mesmas oferecem de realizarem uma forma de agregação dos recursos turísticos e, consequentemente, a diversificação da oferta no sector, a dinamização e a valorização dos recursos, da paisagem, da cultura, promovendo o desenvolvimento turístico e do lazer mas, também, o desenvolvimento cultural e social do território local.

Existem quatro etapas para a composição de uma rota turística (Paula & Bastos, 2002, citados por Maia, 2011:674), a seguir descritas:

- 1º Definição da rota a pôr em prática;
- 2º Apresentação dos pontos de interesse que a mesma irá conter;
- 3º Realização do levantamento, quer geográfico, quer de acesso, que liga os referidos pontos turísticos;
- 4º Aplicação de um programa à rota.

O processo de seleção de rotas deverá ser sempre rigoroso e exigente, de forma a determinar qual o verdadeiro interesse do local escolhido, bem como a sua posição geográfica e a sua capacidade de proporcionar a quem o visita a verdadeira vivência.

Em suma, o conceito de rota pode ser definido por:

[...] um conjunto de locais, organizados em rede, devidamente sinalizados, dentro de uma região demarcada suscetíveis de desencadear interesse turístico. Baseiam-se numa rede de associados, com uma organização própria, que deverão ter apoio Institucional [...] e com características e potencial turístico, que articulados entre si dinamizem a oferta turística do território ao qual estão veiculadas [...] Uma rota deverá permitir ao turista contactar com a diversidade cultural de um território (Campos, 2012:75).

As rotas são instrumentos privilegiados de organização e de divulgação de produtos ou serviços, desta feita, uma rota do cante tornaria o Alentejo mais competitivo em termos de oferta cultural, mais atrativo e uma oportunidade de marketing para venda de tudo o que a região tem para oferecer. Para tal, teria também de ser capaz de abranger interesses públicos e privados. Contudo, para a criação de uma rota tão específica teria de ser capaz de compreender as aspirações e expectativas por parte da procura a fim de lhe dar um carácter sustentável, salvaguardando, ainda o reverso de um possível impacto negativo na mesma, como por exemplo, o excesso de procura e a incapacidade de resposta por parte das infraestruturas existentes e dos serviços, sobrecarregando-os e tornando-os mediocres.

Porém, em Portugal, “enquanto produto turístico as rotas encontram-se pouco estruturadas, existindo lacunas no funcionamento (ausência de horários, escassez de recursos humanos e a sua fraca preparação) e falta de coordenação entre os diversos agentes” (Campos, 2012:110).

No entanto, podemos ainda identificar algumas rotas que têm contribuído, com sucesso, para o desenvolvimento e conhecimento de algumas regiões do país. Tais como:

- ROTA DO FRESCO – “pretende democratizar o acesso ao património cultural e natural do Alentejo e promover o seu conhecimento. Para isso, foram criadas diferentes Rotas e *Ateliers* nos quais pode aceder a património arquitetónico usualmente fechado, assistir ao vivo às tradições etnológicas, provar a gastronomia regional e perceber a paisagem envolvente. E sempre partilhando a descoberta de uma pintura mural – um “fresco”: o tesouro desconhecido do Alentejo. A Rota baseia-se numa rede de parceiros locais – proprietários de património, entidades públicas, comerciantes, associações de desenvolvimento local – com o objetivo de promover o desenvolvimento sustentável do território abrangido e a preservação do seu legado cultural. Cada visitante Rota do Fresco contribui assim ativamente para a preservação deste património uma vez que parte das receitas reverte para o desenvolvimento de programas de valorização e obtenção de mecenato / patrocínio para a conservação desta herança cultural comum.”⁵

⁵ in <http://www.rotadofresco.com/> consultado em Abril de 2016

- ROTA DO GUADIANA – “Associação de Desenvolvimento Integrado é uma entidade privada sem fins lucrativos. Criada em 1992, assume-se ela própria como uma iniciativa de desenvolvimento local, construída com base em parcerias locais e interinstitucionais, de que são exemplo Autarquias Locais, Escolas Profissionais, Associações de Desenvolvimento, IPSS's, Coletividades Recreativas e Culturais, etc. Com sede social em Serpa, elegeu a Margem Esquerda do Guadiana (MEG) como território prioritário de intervenção. Ao longo dos seus anos de atividade de animação socioeconómica e de promoção de inovação, a Rota do Guadiana, realizou e apoiou a realização de projetos, que permitiram a criação líquida de postos de trabalho, enquadrados nas seguintes áreas de intervenção.”⁶
- ROTA TONS DE MÁRMORE – “situa-se no denominado Anticlinal de Estremoz, onde estão integrados os Concelhos de Alandroal, Borba, Estremoz, Sousel e Vila Viçosa. A Rota Tons de Mármore inscreve-se na missão essencial da Spira: aproximar o público português, nas suas diferentes faixas etárias, formações e classes sociais, do património do seu país.”⁷
- ROTA DOS VINHOS – “Através das rotas dos vinhos de Portugal podemos fazer excelentes passeios e conhecer um prazer aperfeiçoado ao longo dos tempos. Com efeito, sabe-se que pelo menos à época do Império Romano o vinho já era amplamente cultivado em Portugal. A sua produção passou muitas fases ao longo do tempo, mas vale a pena destacar a data de 1756, em que o Marquês de Pombal criou a Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro, com a função de delimitar a 1ª região demarcada do mundo, registar as vinhas e classificar os vinhos de acordo com a sua qualidade.”⁸

⁶ in <http://www.rotaguadiana.org/> consultado em Abril de 2016

⁷ in <http://www.rotatonsdemarmore.com/> consultado em Abril de 2016

⁸ in <https://www.visitportugal.com/pt-pt/content/rotas-dos-vinhos> consultado em Abril de 2016

- ROTA DAS ALDEIAS HISTÓRICAS – “Aldeias Históricas de Portugal é uma Associação de Desenvolvimento Turístico, de direito privado e sem fins lucrativos. Criada em 2007, tem como objeto promover o desenvolvimento turístico da Rede "Aldeias Históricas de Portugal" da qual fazem parte Almeida, Arganil, Belmonte, Celorico da Beira, Fundão, Figueira de Castelo Rodrigo, Idanha-a-Nova, Mêda, Sabugal e Trancoso.”⁹
- ROTAS DE CERÂMICA – “O projeto é um dos resultados diretos duma investigação académica desenvolvida em paralelo com o CENCAL, realizado no âmbito dum doutoramento em Economia no ISEG/UTL, utilizando as ferramentas da prospetiva estratégica, que permitiu, depois dum diagnóstico aprofundado da história e da trajetória do sector da Indústria Cerâmica nos últimos 15 anos, antecipar os cenários prováveis, possíveis, desejáveis e temíveis num horizonte de 2010/2015. Neste sentido e tendo em conta todo o conhecimento obtido a partir da realidade sectorial nacional e da envolvente externa, bem como da análise da Ação dos principais atores do sector e da sua envolvente (para o que foram feitas mais de 300 entrevistas e reuniões de *brain storming*), foi possível definir um conjunto de encaminhamentos que configuram os cenários mais otimistas, que levam a uma atuação neste domínio de alargamento da cadeia de valor para o sector. Esta estratégia permitirá sustentar as empresas do sector – grandes, médias, pequenas e micros - bem como potenciar a atividade dos trabalhadores, alargando-lhes as suas expectativas e possibilitando novas áreas de Ação que melhorem as condições de trabalho e valorizem as tarefas dando-lhe um novo conteúdo social e cultural.”¹⁰
- ROTAS DA LUSOFONIA – “Associação para a Promoção da Língua Portuguesa é uma associação sem fins lucrativos, matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Vila Franca de Xira, sob o nº 390/2015, em 2015.04.28. Esta associação tem a sua génese num

⁹ in <http://provere.aldeiashistoricasdeportugal.com/> consultado em Abril de 2016

¹⁰ in <http://www.rotasdeceramica.pt/> consultado em Abril de 2016

pequeno grupo informal constituído por professores, *designers* e jornalistas, designado Projeto de Intercâmbio Educativo Portugal/Japão (PIEPJ), criado em 2013, por ocasião da Comemoração dos 470 anos de Amizade entre Japão & Portugal, iniciativa promovida pela Embaixada do Japão em Portugal. Assim, em Setembro desse ano, o PIEPJ publica o livro Bom-Dia, Japão (BDJ), edição bilingue destinada a alunos portugueses e japoneses, entre os 8 e os 12 anos, que apresenta, sob a forma de jogos e de construções tridimensionais, alguns dos momentos mais importantes da história comum aos dois países. Inclui ainda, o texto inédito A Lenda da Flor de Maresia, e um conjunto de reportagens que traduzem, na primeira pessoa, as ligações afetivas presentes, entre Portugal e o Japão. Após a sua publicação, foi o BDJ acolhido em várias escolas portuguesas e ainda objeto de uma iniciativa de grande impacto, que doou 110 exemplares a escolas e bibliotecas da Prefeitura de Fukushima, no Japão. Durante este tempo, recebeu o PIEPJ inúmeros incentivos para a construção de um projeto que promovesse, particularmente junto das escolas, uma imagem global da relação de Portugal com o mundo. Tomando esses incentivos como motivação presente, resolveu o PIEPJ constituir-se na associação que agora apresentamos, a qual tem como objetivo a promoção e o conhecimento de Portugal e da realidade cultural e económica da Língua Portuguesa no mundo.”¹¹

- ROTAS DE SERAFAD - A Rede de Judiarias de Portugal, fundada em dezassete de Março de 2011 pretende conjugar a valorização histórica e patrimonial com a promoção turística, ação que ajudará igualmente a descobrir uma forte componente da identidade portuguesa e peninsular. O contributo dos judeus portugueses para a história do mundo foi enorme; desde a ciência náutica que há mais de 500 anos deu ao país um avanço decisivo para o início da globalização, à evolução da economia mundial e da medicina, muitos foram os sectores em que o papel dos sefarditas nacionais se tornou preponderante.¹²

¹¹ in <http://rotasdalusofonia.pt/> consultado em Abril de 2016

¹² in <http://www.redejudiariasportugal.com/> consultado em Abril de 2016

Uma das vitórias destas e de outras rotas tem sido a sua capacidade de reduzir a sazonalidades turística de algumas zonas mas, ainda, criar um património partilhado reforçando laços entre diferentes tipos de população, para além de um exemplo de boas práticas de turismo sustentável.

De acordo com a informação institucional o Baixo Alentejo é

[...] Terra de um horizonte sem fim, o Baixo Alentejo é rico em cor e sol que lhe dão abundâncias infindáveis e constantemente renovadas ritmando as colheitas variadas de cortiça, azeitona, trigo, uvas e demais frutos da terra, mas também é rico em produção de carnes suculentas de animais domésticos, como bovinos, caprinos e suínos, em especial de porco preto, e ainda de espécies cinegéticas que povoam os montes do Baixo Alentejo como o javali, o coelho, a lebre e a perdiz. Por essa razão, raras não são as vezes em que se avistam rafeiros alentejanos a guardar e guiar vastos rebanhos ou a assistir, com a sua experiência, caçadores amantes de uma natureza vasta em dimensão e rica em paisagens.

E são precisamente todos estes produtos generosamente oferecidos pela natureza que enobrecem uma gastronomia Património da Humanidade em que o pão é prato e ementa, onde as ervas aromáticas são rainhas, dando sabor às sopas, migas, ensopados e açordas e onde as carnes, os peixes e os queijos, presuntos e enchidos de mil sabores, são copiosamente servidos com um vinho de um néctar dos deuses.

Abençoada pelas águas do rio Guadiana, ecossistema que acolhe espécies de grande relevo, a região do Baixo Alentejo revela paisagens naturais e urbanas de uma rara e fresca beleza, ornada de brancos e azuis eternos que se repetem num padrão de vastas extensões até ao mar de águas quentes de correntes mediterrânicas que abraçam praias de areia fina e dourada pelo sol. Terra de verdadeiros encantos, o Baixo Alentejo apela à quietude e ao recolhimento.

Mas, apela também à descoberta do seu património histórico, cultural e religioso, percorrendo os seus montes, aldeias, vilas e cidades, mas também os seus museus e igrejas, que reflete a diversidade das influências culturais trazidas pelos povos que nela encontraram a sua casa e que moldaram os usos e costumes de um povo que canta a vida com o coração.¹³

Ora, a Rota do Cante, que poderia passar por um roteiro das festas ligadas ao tema, das casas e restaurantes de cante, exposições permanentes, museus do Cante, ou

¹³ in <http://www.rotasdeportugal.pt/> consultado em Abril de 2016

até mesmo Casas de Povo e tabernas onde o mesmo subsiste e escolas onde o cante é lecionado, por ser única, permitiria uma competitividade única e de êxito ao Baixo Alentejo, e feita de forma consciente, com implicação de todos, isto é, colaborativa e interativa.

1.3.1 *Marketing* Territorial

Antes de mais, é fundamental lembrar que o *marketing* constitui uma ferramenta essencial para promover a adaptação do território aos diferentes desafios, uma vez que estes estão em permanente mudança, bem como para a resolução de problemas locais.

De acordo com Albérico Cardoso (2003), as regiões devem oferecer os produtos locais de forma acessível e eficiente, bem como promover os valores e a imagem, de tal modo que os potenciais utentes/clientes interiorizem as vantagens diferenciadoras. O autor defende, ainda, que cada uma das regiões possui características próprias dignas da melhor promoção e que, desse modo, estas regiões têm de desenvolver ações e parcerias necessárias à constituição de uma oferta diversificada.

Mais direta ainda é a afirmação de Veltz (1999), que acredita que o processo de globalização dota os territórios de um novo valor e, como tal, estes devem converter-se em atores sociais de desenvolvimento.

Uma implementação integrada e sistemática de uma política de *Marketing* Territorial é uma estratégia importante para um território aumentar a sua competitividade e sustentabilidade, bem como para atrair pessoas, turistas e, consequentemente, fontes adicionais de riqueza (Azevedo, Magalhães & Pereira, 2010).

De acordo com Laxe e Cristal (2003), citados em Almeida (2006), é possível distinguir três fases de *Marketing* Territorial. Uma primeira, situada na primeira metade do século XX, em que era meramente informador de dados; uma segunda, já na década de 70, em que o *Marketing* se especializa e surgem técnicas de promoção territorial, que têm por objetivo situações várias, como a promoção das exportações ou a captação de investimento estrangeiro; uma terceira fase surge nos anos 80 e 90, em que o *Marketing* está associado ao início da cooperação entre as várias esferas públicas e privadas e direcionado para a cultura (atividades desportivas, culturais e empresariais) e para a identidade dos habitantes.

No *Marketing* Territorial podem, ainda, definir-se seis “P’s” de acordo com o texto de Robinson e Jackson (2004) que, traduzidos, poderão significar: poderes públicos, opinião pública, oferta territorial, localização, preço do solo/serviço e comunicação territorial, e cada região deverá encontrar as suas forças e potencialidades.

Segundo Ana Paula Figueira (2011), o *Marketing* Territorial surge, em Portugal, associado ao ordenamento do território; no entanto, a discussão em torno do mesmo tem sido cada vez maior e mais útil ao nosso país!

Também de acordo com a autora supracitada, e parafraseando Cidrais (1998), é possível definir, em *Marketing* Territorial, três níveis:

[...] *proto marketing*, que coincide com um trabalho de comunicação de alguns produtos territoriais e ideias por parte dos atores locais que carece de planeamento e personalização; o segundo, *marketing* operacional, em que já existe planificação com base nas linhas orientadoras para o sector, apesar de o controlo ser feito empiricamente; o terceiro, *marketing* estratégico do território, a análise, a planificação, execução e coordenação de uma estratégia de *marketing* integrada de uma cidade e do seu território envolvente, ou de uma região, é feita de forma sistemática e personalizada e em que a coordenação do trabalho realizado é feita através de uma estrutura independente (Figueira, 2011:20).

Muito embora as zonas rurais se deparem com inúmeros problemas, o Alentejo têm sofrido importantes transformações aos olhos quer de Portugal, quer do turista internacional. O espaço, a oferta gastronómica, a paz, as nossas heranças e tradições, bem como os nossos registos ambientais e culturais, são um potencial dinamizador da região. Se aliadas todas as vantagens competitivas às ferramentas do marketing territorial, então, vislumbra-se um potencial desenvolvimento do espaço rural em todas as suas dimensões: culturais, históricas, arquitetónicas, paisagísticas, humanas e sociais. O marketing territorial é um promotor da revitalização do património, da promoção do desenvolvimento sustentável de um território, permite a eficácia e a eficiência na divulgação de um produto ou serviço, valorizando-lhe os aspetos positivos, afirmando-lhe o seu valor, proporcionando-lhe crescimento, identidade e reconhecimento, criando-lhe uma imagem atrativa e, ainda, permitindo a captação de investimentos. O Baixo Alentejo é uma fonte de manifestações culturais, marcada por fortes traços de ruralidade que contam a história do povo. O cante é um desses recursos culturais.

Por outras palavras, para atrair pessoas e mobilizar interesses, projetos e investimento para o próprio território, há que dá-lo a conhecer. Daí que seja essencial

vendê-lo e à sua imagem, isto é, promovê-lo e divulga-lo. As vantagens do Alentejo, para além do vinho, ou da agricultura, ou ainda das belas paisagens, faz parte do nosso património imaterial o cante e, como tal, é necessária e essencial a promoção da sua identidade, a sua afirmação enquanto riqueza cultural e a sua expansão/valorização.

O Marketing territorial facilita, por conseguinte, ao cante, reforçar a identidade que já faz parte do povo alentejano, criando coesão e uma cultura partilhada com o intuito de envolver todos no processo de desenvolvimento e sustentabilidade da cultura oral, quer para o cliente interno, quer para o cliente externo. Contudo, não só os moradores, visitantes e setores/empresas/mercados poderiam estar envolvidos neste projeto de marketing territorial, também as Câmaras, as diversas infraestruturas da região (transportes e escolas), bem como instituições financeiras, associações empresariais, indústria e comissões de desenvolvimento, teriam de ter os seus propósitos unificados e com recurso a um planeamento estratégico estruturado e aplicado ao território.

O Alentejo, em particular, tem graves lacunas que devem ser combatidas. O cito apresenta um conjunto de dificuldades, como o envelhecimento e o esvaziamento da população, as escassas acessibilidades ferroviárias e rodoviárias, a degradação patrimonial ou a desconcertação entre o setor público e o setor privado, que veda e não permite um eficaz desenvolvimento turístico da região, nem a sua sustentabilidade, dando respostas débeis e esporádicas aos agentes turísticos do concelho. Em contrapartida, este tem assistido a um desperdício das suas potencialidades enquanto destino turístico. É o caso de projetos cujo teor esteja ligado à temática da identidade alentejana.

Posto tudo isto, depreende-se claramente que existe uma oportunidade para a construção de uma oferta turística como uma posição estratégica do eixo Beja/Serpa/Moura, pela densidade populacional que os constitui mas também pelas estruturas neles existentes, nas suas dinâmicas culturais e patrimoniais, que pode criar um importante grau de atratividade turística e empresarial, sustentável, nomeadamente pela sugerida Rota do Cante, ancorada à questão identitária do Alentejo com o Cante. Dotando, deste modo, o Baixo Alentejo e este Eixo de uma maior competitividade face a outras regiões do país, de um desenvolvimento territorial qualificado e sustentado e de uma oferta de oportunidades que permita a mobilidade social, o retorno à terra, o aumento da qualidade de vida e da igualdade social.

1.4 Baixo Alentejo

Com a elaboração deste capítulo pretendeu-se reunir um conjunto de informações que se consideraram aceitáveis e pertinentes para a compreensão da área de estudo – o Baixo Alentejo – nomeadamente a sua caracterização administrativa, geográfica e turística. Esta caracterização foi baseada num estudo prévio de Ana Paula Figueira (2013) e da sua atualização, quer pelos dados do INE (Instituto Nacional de Estatística), quer pelas informações disponíveis nos sítios *web* das autarquias.

Pelas características acima descritas, podemos antever que, para além do cante, agora Património Imaterial da Humanidade, o Baixo Alentejo possui um património riquíssimo a nível gastronómico, vinícola, etnográfico, arqueológico, histórico, cultural, natural e humano, sendo, então, detentor de ótimos recursos para o desenvolvimento do turismo, em geral, e desta rota, em particular. É, portanto, um local que, globalmente, tem um potencial detonador de uma iniciativa de desenvolvimento neste âmbito. Ou seja, capacidade social, cultural, patrimonial, ambiental mas até motivacional para as coisas acontecerem. No entanto, há, também, deficiências visíveis para uma prática turística de qualidade na região, isto é, há falhas, quer por responsabilidade política – fraca manutenção de edifícios e monumentos; insuficiente divulgação e publicidade – quer da população – pouca e fraca oferta de alojamento e restauração.

Atualmente, residem no Distrito de Beja 149.232 indivíduos, distribuídos por 14 concelhos, que se subdividem em duas regiões, o Baixo Alentejo (123.528 habitantes) e o Alentejo Litoral (Odemira 25.704 habitantes), num total de 10.263,3km². Ao primeiro, aquele que interessa ao estudo, pertencem os concelhos de Aljustrel, Alvito, Barrancos, Beja, Castro Verde, Cuba, Ferreira do Alentejo, Mértola, Moura, Ourique, Serpa e Vidigueira.

Para compreender o estudo, é necessário compreender, em simultâneo, as dinâmicas da população. Deste modo, urge apresentar os quadros respeitantes aos dados disponíveis sobre a população residente e alojamentos de cada concelho do Baixo Alentejo, bem como alguns indicadores de sustentabilidade demográfica, tais como o envelhecimento da população ou o índice sintético de fecundidade ou, ainda, o contributo da população estrangeira com estatuto legal de residente. Por último, e dentro

dos dados possíveis, apresentam-se os valores que cada município disponibiliza para atividades culturais e desportivas.

Quadro 1. Dinâmica da população – População residente e alojamentos

Período de Referência	Zona Geográfica	Alojamentos familiares clássicos	População Residente	
			HM	H
2013	Baixo Alentejo	85.265	123.598	60.284
	Aljustrel	5.841	8.915	4.395
	Almodôvar	5.474	7.199	3.522
	Alvito	1.731	2.557	1.230
	Barrancos	1.295	1.768	860
	Beja	20.178	35.024	17.044
	Castro Verde	4.876	7.289	3.584
	Cuba	3.038	4.867	2.357
	Ferreira do Alentejo	5.192	8.199	3.978
	Mértola	8.576	6.840	3.344
	Moura	10.627	14.625	7.110
	Ourique	4.217	5.144	2.520
	Serpa	10.349	15.374	7.536
	Vidigueira	3.862	5.797	2.804

Fonte: <http://www.ine.pt> (Quadro extraído a 14 de julho de 2015)

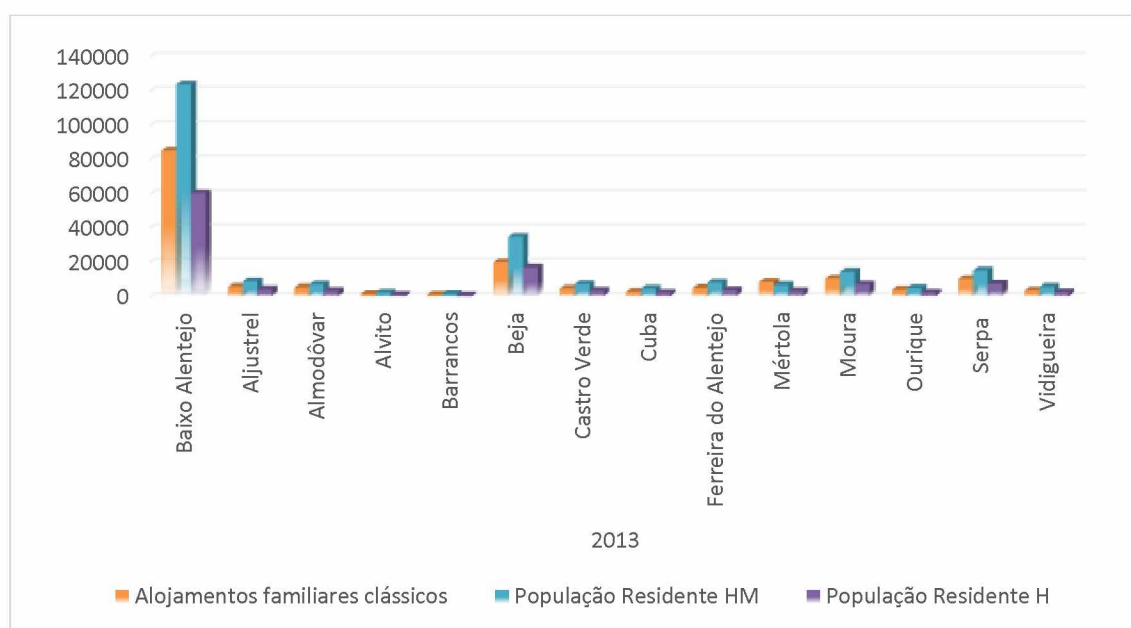


Figura 1. Dinâmica da população

O Baixo Alentejo conta com uma população residente de 123.598 habitantes, sendo Beja, com 35.024, Serpa, com 15.374, e Moura, com 14.625, os concelhos que mais se destacam a nível populacional, bem como a nível de número de alojamentos – 20.178, 10.349, e 10.627, respetivamente.

Quadro 2. Dinâmica da População - Densidade Populacional

Zona Geográfica	Densidade Populacional (Hab/Km2) (%)
	Período de Referência 2013
Baixo Alentejo	14,5
Aljustrel	19,4
Almodôvar	9,3
Alvito	9,7
Barrancos	10,5
Beja	30,6
Castro Verde	12,8
Cuba	28,3
Ferreira do Alentejo	12,6
Mértola	5,3
Moura	15,3
Ourique	7,8
Serpa	13,9
Vidigueira	18,3

Fonte: <http://www.ine.pt> (Quadro extraído a 14 de julho de 2015)

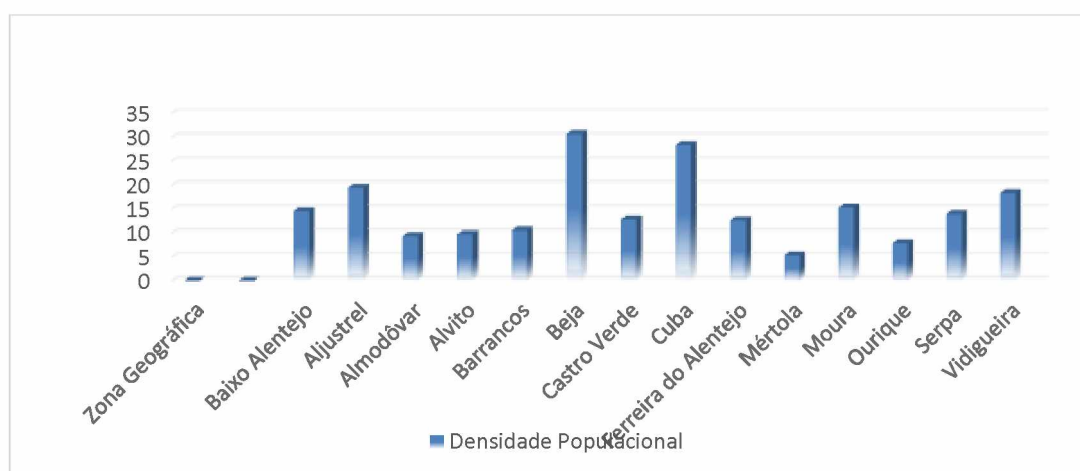


Figura 2. Dinâmica da população

Em termos de densidade populacional no período de referência de 2013, existem alguns concelhos cujo número de habitantes por quilómetro quadrado é superior ao valor de referência do Baixo Alentejo (14,5), tais como: Beja (30,6), Cuba (28,3), Aljustrel (19,4) ou Vidigueira (18,3). Porém, outros figuram no nível inverso, tais como Mértola (5,3) ou Ourique (7,8).

Quadro 3. Tendência de Envelhecimento da População

Período de Referência	Zona Geográfica	Índice de Envelhecimento (nº anos)	Índice de Longevidade (nº anos)
2013	Baixo Alentejo	181,2	54,9
	Aljustrel	216,7	52,5
	Almodôvar	240,1	54,8
	Alvito	204,5	54,5
	Barrancos	171,6	59,8
	Beja	138,6	52
	Castro Verde	175,8	55,1
	Cuba	168,3	55
	Ferreira do Alentejo	202,2	55,1
	Mértola	366,6	62,6
	Moura	140,2	52
	Ourique	315,9	57,8
	Serpa	213,6	55,5
	Vidigueira	156,9	60,9

Fonte: <http://www.inec.pt> (Quadro extraído a 14 de julho de 2015)

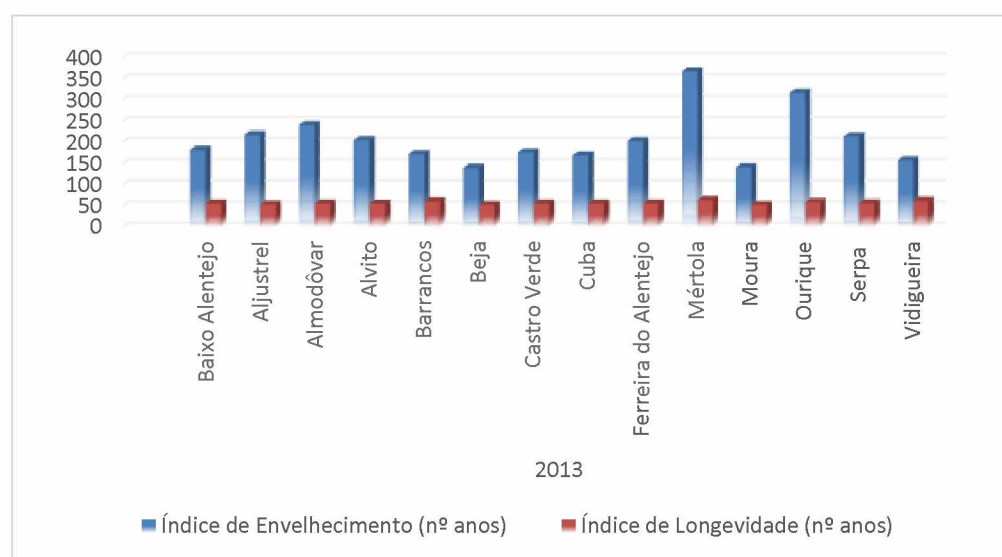


Figura 3. Tendência de envelhecimento da população

É um facto que o envelhecimento da população constitui uma questão, também ela, social e de sustentabilidade, principalmente em zonas rurais ou interiores. Assim, não nos espanta que o número de idosos por 100 jovens, isto é, o índice de envelhecimento, seja de 181,2 no Baixo Alentejo, cujos valores inferiores se registam apenas em seis concelhos, sendo Beja (138,6) aquele que apresenta o valor mais baixo. Já o índice de longevidade, cujo valor do Baixo Alentejo figura nos 54,9, é transversal a quase todos os concelhos, oscilando, apenas, entre os 52 de Beja e Moura e os 62,6 de Mértola, onde os idosos têm uma maior expectativa de vida.

Quadro 4. Fecundidade e Dinâmicas Familiares

Período de Referência	Zona Geográfica	Índice de Envelhecimento (nº anos)	Índice de Longevidade (nº anos)
2013	Alentejo	1,22	30,7
	Baixo Alentejo	1,32	30,1
2011	Alentejo	1,35	30,4
	Baixo Alentejo	1,4	29,8

Fonte: <http://www.ine.pt> (Quadro extraído a 14 de julho de 2015)

Usando dados comparativos de 2011 e 2013, quer no Baixo Alentejo, quer no Alentejo em geral, assiste-se a uma diminuição do índice sintético de fecundidade; contudo, no Baixo Alentejo, o número médio de nados vivos por mulher em período fértil é ligeiramente superior (1,4 e 1,32) ao registado no Alentejo em geral (1,35 e 1,22). No entanto, ambos os valores são preocupantemente baixos. O inverso acontece na idade média da mãe ao nascimento do primeiro filho, em que os dados do Baixo Alentejo apresentam um número inferior com tendência, porém, a o serem cada vez mais tarde: 2011 (29,8) e 2013 (30,1).

As migrações, nomeadamente as migrações internacionais, funcionam sempre como um contributo para o desenvolvimento territorial. Felizmente, apesar de uma diminuição de quase 40%, continuamos a assistir a um número importante de pedidos de população estrangeira que solicitou o estatuto de residente no Baixo Alentejo em

2011 (509) e em 2013 (331), sendo Beja, no total dos dois anos (261) e Moura (202) os que mais pedidos tiveram.

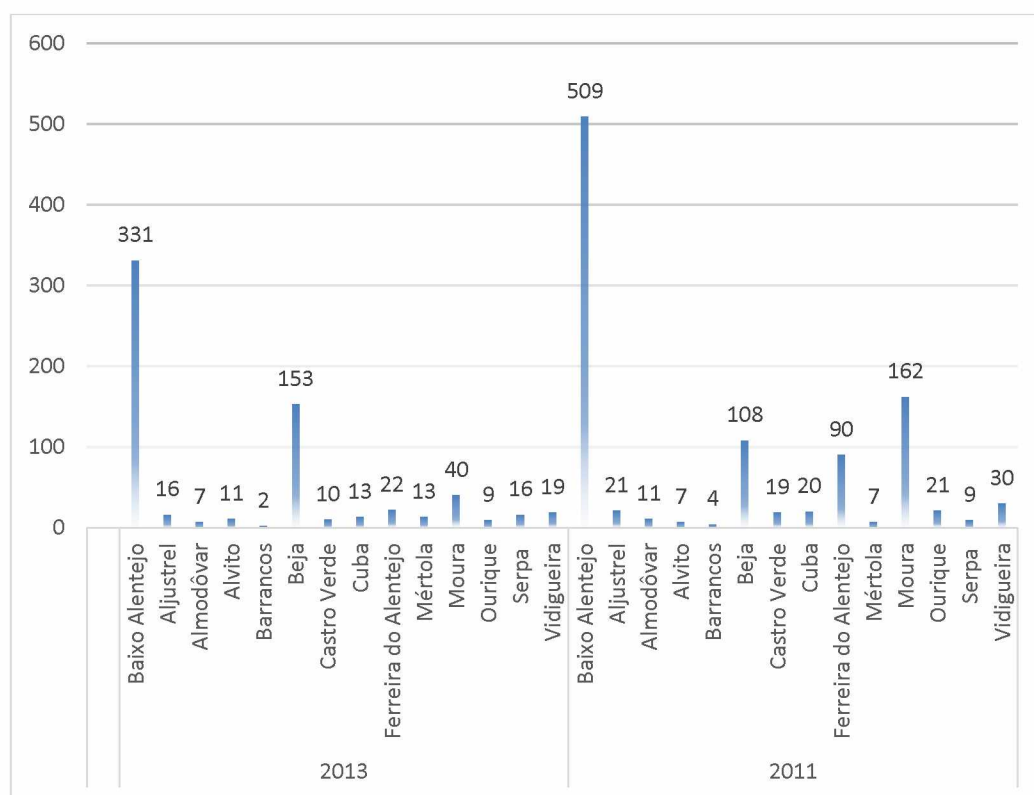


Figura 4. População estrangeira que solicitou o estatuto de residente (n.º)

Quadro 5. Contributo da População Estrangeira

Período de Referência	Zona Geográfica	População estrangeira que solicitou o estatuto de residente (nº)
2013	Baixo Alentejo	331
	Aljustrel	16
	Almodôvar	7
	Alvito	11
	Barrancos	2
	Beja	153
	Castro Verde	10
	Cuba	13
	Ferreira do Alentejo	22
	Mértola	13
	Moura	40
	Ourique	9

2011	Serpa	16
	Vidigueira	19
	Baixo Alentejo	509
	Aljustrel	21
	Almodôvar	11
	Alvito	7
	Barrancos	4
	Beja	108
	Castro Verde	19
	Cuba	20
	Ferreira do Alentejo	90
	Mértola	7
	Moura	162
	Ourique	21
	Serpa	9
	Vidigueira	30

Fonte: <http://www.ine.pt> (Quadro extraído a 14 de julho de 2015)

O quadro a seguir apresentado tem por objetivo perceber o tipo de oferta cultural disponibilizada pelos municípios, bem como o valor monetário despendido com a cultura e o desporto. Mais ainda, pretende demonstrar por valores o número de espectadores e visitantes dos mesmos. Infelizmente, a inexistência de informação torna difícil uma análise clara aos dados referidos.

Quadro 6. Indicadores de Cultura e Desporto e de Despesas dos Municípios em atividades culturais e de Desporto em 2013

Zona Geográfica	Período de Referência	Espectadores de Espetáculos ao vivo (nº)	Despesas em cultura e desporto (€ milhares)	Espectadores de cinema por habitante (nº)	Visitantes Estrangeiros (nº) de museus	Visitantes de Museus por habitante (nº)	Despesas em atividades culturais e criativas (€ milhares)	Despesas em património culturais (€ milhares)	Despesas em artes do espetáculo (€ milhares)
Baixo Alentejo	2013	185.281	x	x	12.325	0,5	14076,168	3743,903	3746,644
	2012	173.235	19.627	x	12.012	0,5	x	x	x
Aljustrel	2013	27.127	x	x	x	x	1113,476	108,95	736,138
Almodôvar	2013	9.395	x	x	279	0,3	1789,181	1025,801	267,204
Alvito	2013	1.796	x	x	0		135,574	0	0,645
Barrancos	2013	0	x	x	40	0,3	290,976	81,32	82,254
Beja	2013	10.139	x	x	x	x	2716,501	750,738	879,21
Castro Verde	2013	30.935	x	x	174	0,6	1106,294	86,358	270,08
Cuba	2013	0	x	x	0	0	237,141	9,326	40,393
Ferreira do Alentejo	2013	x	x	x	0	0	1290,669	138,689	217,705
Mértola	2013	48.782	x	x	0	0	608,847	127,67	151,714

Moura	2013	20.317	x	x	1.506	0,6	1635,112	933,828	96,876
Ourique	2013	x	x	x	0	0	291,584	0	68,152
Serpa	2013	34.794	x	x	0	0	2851,238	271,316	889,108
Vidigueira	2013	0	x	x	156	0,6	639,575	209,907	47,165

Fonte: <http://www.ine.pt> (Quadro extraído a 14 de julho de 2015)

Deste modo, e comparativamente aos anos de 2012 e 2013, constatamos que, no Baixo Alentejo, o número de espetadores de espetáculos ao vivo aumentou de 173.235 para 185.281, bem como o número de visitantes estrangeiros a museus, de 12.012 para 12.325. Curiosamente, apesar de ser Beja quem mais despende no somatório com atividades culturais e recreativas, património e artes do espetáculo, é dos concelhos com aparente retorno inferior, uma vez que, em termos de número de espetadores de espetáculos ao vivo, por exemplo, é dos que menos tem (10.139) – Mértola (48.782); Serpa (34.794).

1.5 Sinopse

Já é longo o legado de perda populacional da região do Baixo Alentejo, seja pela crise na agricultura nos séculos XVIII e XIX por culpa da concorrência do trigo americano, seja pela decadência agrícola na década de 30 do século XX, devido à sobreprodução e ao esgotamento dos solos, consequência da Campanha do Trigo salazarista. Atualmente, quase cem anos passados, o saldo fisiológico continua negativo. É, portanto, necessário e urgente, contrariar esta devastadora e hereditária tendência.

Uma região com uma forte componente turística, principalmente quando esse turismo não é apenas sazonal, tem francas hipóteses de “sobrevivência”. Isto é, de se desenvolver, sustentavelmente, de atrair população, de gerar emprego, de criar riqueza, de combater o despovoamento e o envelhecimento, de crescer e de se tornar uma terra de oportunidades.

Ora, enquanto parte da cultura de um povo com capacidade de se tornar um produto, um serviço ou uma marca, principalmente depois de ter sido considerado Património Imaterial da Humanidade, e por todos os eventos onde tem estado representado, o Cante, como o Fado, tem o dom de apelar ao sentimento de nostalgia e

de saudade, alicerçado à memória coletiva. Daí que, também tanto quanto o Fado, tem a real perseverança de captar e movimentar massas para o ouvir, pois tornou-se uma referência obrigatória de uma parte importante de Portugal.

O cante pode ser entendido como o sentimento do que é ser-se alentejano e, como tal, uma oportunidade para outros poderem admirar ou compreender a especificidade de um povo e de um território. Pode ser tido, então, como uma ferramenta/um conceito capaz de ser oferecido aos turistas mas, capaz também, através das vantagens de um destino turístico, de desenvolver e sustentar uma região, não sendo necessária eliminar a identidade dessa região

As Câmaras Municipais, bem como coletividades e associações, têm essa oportunidade e o papel fundamental na dinamização e sustentabilidade deste fenómeno da cultura popular.

É necessário promover encontros onde se possa discutir o cante, o seu legado, o seu presente mas, preferencialmente, o seu futuro, dentro e além-fronteiras. É necessário criar infraestruturas, como por exemplo museus, restaurantes de cante, promover projetos, como festivais ou exposições, salvaguardar este bem cultural imaterial que é a identidade do povo alentejano.

Por último, pode-se até contra-argumentar que, na atualidade, o cante tornou-se o “cante espetáculo”, artificial e construído, sem espontaneidade e com outro conteúdo. Contudo, nessas performances ensaiadas existe, também, uma oportunidade uma vez que se acredita ser possível dar-lhe novas orientações, até das suas temáticas. Podem, sem prejuízo da sua história e do seu significado, mudar-se os caminhos, as formas de o apresentar, os temas, mais próximos do quotidiano e, por isso, “impõe-se uma revitalização local e regional”. Sem descurar “a identidade e a vinculação de cada homem ao cante. (...) O cante Alentejano (...) pode continuar a ser o epicentro estético e simbólico, ao mesmo tempo estruturado e estruturante, de uma comunidade que se sabe possuir um elo de identificação que é único” (Orta 1998:404)

2. Metodologia

2.1 Metodologia utilizada

Na elaboração deste estudo foram utilizadas metodologias qualitativas e quantitativas, através também da recolha de dados primários e secundários. No que concerne a metodologia qualitativa foi, desde logo, levada a cabo uma revisão bibliográfica aos conceitos que se pretendiam examinar. No primeiro caso, de forma a ser possível a obtenção de dados foi realizada pesquisa documental para compreender a importância, os benefícios e as motivações, bem como a dificuldade desta proposta, foram efetuadas visitas a infraestruturas do cante, nomeadamente a casa museu em Serpa, da responsabilidade de Armando Torráo, a Biblioteca José Saramago, onde decorreu, durante os meses de julho e agosto, uma exposição temporária sobre o cante, e o restaurante “Aqui há Cante”, gerido por Jorge Benvinda, em Beja. No que se refere à metodologia quantitativa, foram realizados inquéritos por questionário a uma amostra da população residente no Baixo Alentejo, cuja cota foi definida por três concelhos – Beja, Moura e Serpa – por serem considerados os que mais abrangem e detêm infraestruturas ligadas ao tema. Ou seja, aqueles que com maior densidade populacional são também os que abrangem mais aspetos rurais, mas também citadinos, culturais, museológicos, patrimoniais, com um grande aproveitamento do espaço mas, também, estrategicamente colocados. O número que se considerou relevante para a amostra não probabilística por conveniência foi, inicialmente, de 200 questionários, um número atingido por simplicidade - dada a impossibilidade de se obterem amostras probabilísticas, como seria desejável - e uma entrevista semiestruturada, tendo em conta um representante do cante do Baixo Alentejo, responsável pela candidatura do cante a Património Imaterial da Humanidade, também ele um dinâmico da divulgação do cante pela cultura tradicional oral. A opção por este tipo de amostra, de acordo com Felipe Reis (2010, p.77) “consiste na selecção segundo a qual cada elemento da população não tem uma probabilidade igual de ser escolhido para formar a amostra (...) São escolhidos casos para a amostra que representem o bom julgamento da população universo”.

2.2 Objetivos do estudo

O objetivo geral do projeto, tal como já mencionado, é a viabilidade e a necessidade da criação de uma proposta teórica para uma rota do cante no Baixo Alentejo, isto é, a oferta de uma ferramenta ao cante e ao Alentejo, de forma a ser possível identificar os locais onde o mesmo pode ser apreciado, visitado ou conhecido. Em termos específicos, trata-se não só da divulgação da região e de uma tradição, mas, também, da criação de uma rede local, a curto prazo, para que o facto histórico de o mesmo ter-se tornado Património Imaterial da Humanidade não seja esquecido. Com este projeto, procura chamar-se a atenção das diferentes entidades, sejam elas públicas ou privadas, que trabalham com este tipo de produtos, para que concebam uma rede de parcerias e potenciem cada vez mais os recursos existentes, de forma a torná-los mais acessíveis e compreensíveis aos visitantes, para que estes vivenciem experiências ímpares e sejam cada vez mais sensíveis à conservação e proteção do património imaterial. A cooperação entre as diferentes entidades poderá contribuir para o êxito deste nicho de mercado, numa rede que envolva o território e a população, fortalecendo a economia local.

Por outras palavras, o objetivo geral visa a exequibilidade e carência da elaboração plausível de uma ferramenta como a rota onde o cante pudesse ser conhecido, visitado ou apreciado e se este projeto alia vontade e receptividade não só do povo alentejano, como das redes e parceiros sociais do Baixo Alentejo.

Em termos específicos são: a divulgação da região e da tradição, a criação de uma rede local dos pontos de interesse para que o fato historico de patrimonio nao seja esquecido; chamar a atenção de entidades públicas e privadas para a necessidade de criação de uma rota, de produtos, de recursos, de parcerias, em torno do cante, de modo a torná-lo mais acessível aos visitantes, tornando-os também eles sensíveis à conservação e proteção deste tipo de património. E, por último, unir a comunidade e fortalecer a economia local.

2.3 Pergunta de partida

Todo o trabalho tem por base a questão: Qual a necessidade de uma rota do cante no Baixo Alentejo?

2.4 Hipóteses em Estudo

Com este estudo pretendemos ver confirmadas ou refutadas as seguintes interrogações:

1º O cante, enquanto Património Imaterial da Humanidade, constitui um fator de dinamismo regional?

2º É viável e de interesse local criar uma rota de cante?

3º A cooperação em rede de diversas entidades é benéfica para a divulgação do cante e do Baixo Alentejo?

4º Existem pessoas interessadas na rota, no cante e nos dois em conjunto a curto, médio e longo prazo?

2.5 Instrumentos de investigação – a entrevista e o questionário

A opção pelo método qualitativo, nomeadamente pela entrevista, fundamenta-se na crença de que as respostas que iremos obter a partir das mesmas são detentoras de mais detalhe, contextualização e sensibilidade, criando também uma relação mais dinâmica entre o mundo real, e o que é transmitido e, posteriormente, percecionado. Em geral, cada método apresenta diferentes pontos fortes e fracos, bem como diferentes requisitos e fins. Na entrevista, há um menor número de entrevistados e as questões são, maioritariamente, de resposta aberta ou semiestruturada. Este instrumento serve para recolher e explicar questões mais complexas; no entanto, os dados obtidos dificilmente poderão ser generalizados para a população do estudo e são, certamente, mais difíceis

de analisar e requerem mais disponibilidade de tempo. Assim, há uma necessidade de interação e subjetividade por parte do investigador, logo, mais indutiva. De acordo com Ackroyd e Hughes (apud Reis 2010, p.82) “as entrevistas, como instrumento de recolha de dados, permitem que um investigador tenha acesso a relatórios verbais fornecidos pelo respondente, e que contêm uma variedade quase infinita de informação que seria impossível recolher de outras formas”. Em suma, a entrevista é uma das táticas usadas mais amiúde na Investigação-Ação, porque, sendo um acréscimo da observação, possibilita a recolha de elementos sobre eventos e aspetos subjetivos das pessoas, tais como crenças, atitudes, opiniões, valores e concepções, fornecendo o ponto de vista do entrevistado e permitindo, desta forma, interpretar significados

Por outro lado, em simultâneo, a opção, também, pelo método quantitativo fundamentou-se em algumas características do mesmo. Coutinho (2004, p. 439) defende que este método constitui

[...] um paradigma de investigação que enfatiza o determinismo (há uma verdade que pode ser descoberta), a racionalidade (não podem existir explicações contraditórias), a impessoalidade (quanto mais objetivos e menos subjetivos melhor), a previsão (o fim da pesquisa é encontrar generalizações capazes de controlar e prever os fenómenos).

Deste modo, e pelo recurso à técnica do questionário, categorizado e estruturado, é-nos possível obter o rigor e a objetividade pretendidos, bem como quantificar dados e relacioná-los. Mais ainda, o método de questionário permite, à partida, uma maior facilidade em interrogar um maior número de pessoas, num curto espaço de tempo não podendo ser, portanto, ambíguo mas sim específico e definido quer na sua forma, quer no seu conteúdo. “ A importância do questionário consiste na facilidade com que se interroga um elevado número de pessoas, num curto espaço de tempo (...) quando se aplica um questionário pretende-se medir aspetos como atitudes ou opiniões do público-alvo” (Reis 2010, p. 91-93)

Contudo, muito frequentemente, há a necessidade de usar e conjugar as diferentes metodologias num mesmo projeto de investigação, de forma a enriquecê-lo ou a obter melhor compreensão e sucesso no estudo em si. Surge, então, de acordo com Duarte (2009, p. 16), como uma forma de ultrapassar uma “guerra de paradigmas”, novas noções de triangulação, métodos mistos ou múltiplos, isto é,

[...] a combinação de métodos quantitativos e qualitativos [...] onde diferentes métodos podem ser utilizados ao longo da investigação; os métodos podem “caminhar” lado a lado (simultaneamente) ou consecutivamente; a combinação pode realizar-se, desde logo, num plano de estudo/investigação ou até mesmo na análise de dados e na articulação de resultados.

Desta feita, após descrição sumária dos instrumentos, urge apresentar o guião da entrevista. A entrevista foi, então, composta pelas seguintes questões:

- 1- Nome, idade e formação académica.
- 2- Qual a sua história com o cante?
- 3- Qual a importância, do seu ponto de vista, do cante como Património Imaterial da Humanidade na divulgação do Alentejo?
- 4- Quais os projetos que gostaria de ver desenvolvidos pelo cante?
- 5- Uma rota do cante poderia ser um desses projetos? Sim, não, porquê?
- 6- Que dificuldades ou obstáculos pode considerar na implementação de tal rota?
- 7- Teria interesse em trabalhar em rede em algo semelhante?
- 8- Considera que, um dia, o cante poderá ser esquecido?

Já o questionário foi composto pelas seguintes perguntas:

- * 1. Qual o seu género?
- * 2. Qual a sua faixa etária?
- * 3. Qual a sua escolaridade?
- * 4. Qual o seu rendimento mensal (próprio)?
- * 5. Qual a sua área de residência?
- * 6. Gostaria de ver uma rota do cante alentejano na região do Baixo Alentejo?
- * 7. Existem condições para criar essa rota do cante no Baixo Alentejo?
- * 8. Que benefícios pensa que uma rota do cante pode trazer à região?
- * 9. Quais as dificuldades na criação de uma rota do cante?
- * 10. Que serviços e infraestruturas gostaria de ver nessa rota do cante?

2.6. Método de análise e tratamento de dados

O objetivo da análise e tratamento de dados é aferir se, efetivamente, as informações obtidas validam as hipóteses inicialmente formuladas e, nomeadamente, responder à questão de partida, e objetivo do estudo, acerca da necessidade de uma rota do cante no Baixo Alentejo. Isto porque os dados recolhidos por si só de nada valeriam se não fossem interpretados.

No que concerne ao tratamento dos resultados, foi a análise de conteúdo compreensiva e indutiva a utilizada, numa primeira fase e sobre os dados obtidos através da entrevista. De acordo com Guerra (2006, p. 62),

[...] nos paradigmas indutivos há lugar para uma grande capacidade de interpretação, ou inferência, por parte do investigador, mas, por isso mesmo, os riscos e as críticas a este tipo de investigação são bastante superiores aos das propostas tradicionais de análise de conteúdo que se estruturam a partir de lógicas dedutivas decorrentes dos quadros conceptuais [...] nesse sentido, a análise de conteúdo tem uma dimensão descritiva que visa dar conta do que nos foi narrado e uma dimensão interpretativa que decorre das interrogações do analista.

A análise de conteúdo da entrevista compreende algumas fases: a fase da transcrição, em papel, da gravação, da leitura da mesma, da construção de uma sinopse da entrevista, de forma a reduzir o material disponível, da análise descritiva, por um lado, e posteriormente, da análise interpretativa, intuitiva e explicativa.

Conjuntamente, o tratamento estatístico é essencial no campo da investigação pois permite-nos reduzir, organizar, construir, interpretar e expor a informação numérica extraída, para provar a existência da relação entre algumas das variáveis. Assim, numa segunda fase, recorreremos ao método estatístico – recolha, organização e apresentação de dados – e ao uso de *software* estatístico (*surveymonkey*) para análise e compreensão de dados, com precisão, e para auxiliar o trabalho na criação de base de dados e transformação da mesma em informação passível de ser analisada e compreendida tendo em conta o objeto de estudo que é a rota do cante.

Neste caso, em particular, foi feita uma análise univariada em que consistiu a análise de uma só variável, isto é, não existindo a necessidade de as relacionar pois os valores apresentados em cada uma das questões são valores absolutos e que cada questão permitia a sua observação na totalidade.

2.7. Cronograma

O presente trabalho de investigação obedeceu ao seguinte cronograma (Quadro 7):

- a) 4 Meses (abril, maio, junho, julho) – leitura sistemática e intensiva de toda a literatura básica especializada possível, documentos e artigos. Visita a infraestruturas existentes relacionadas com o cante.¹⁴
- b) 2 Meses (julho, agosto) – recolha de dados (entrevista presencial e questionários por mensagem eletrónica individual).
- c) 1 Mês (setembro) – sistematização, análise e interpretação de dados.
- d) 1 Mês (outubro) – redação da tese.

Quadro 7. Cronograma de trabalho

	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro
Revisão da bibliografia Visita a infraestruturas							
Recolha de dados							
Sistematização, análise e interpretação de dados							
Redação da tese							

¹⁴ Posteriormente, de Março a Abril de 2016, foi feita uma revisão bibliográfica mais extensa e um ajustamento na redação do texto em consequência de uma nova orientação da tese.

3. Resultados

3.1 Análise Empírica de dados – Inquéritos por questionário

A elaboração dos inquéritos por questionário ocorreu durante os meses de julho e agosto, com recurso a contactos informais, daí não probabilística. Contudo, o estudo, pelo seu pioneirismo, à data, e não só, apresenta algumas limitações, decorrentes, sobretudo, da pouca informação que existe sobre o referido tema.

Para além das dificuldades que surgiram, logo no início da investigação, outras situações foram emergindo, as quais provocaram algumas limitações na realização do mesmo, nomeadamente:

- A escassez de bibliografia sobre a temática do cante;
- Dos 370 questionários enviados individualmente por mensagem eletrónica, apenas foram obtidos 94 inquéritos válidos, ao invés dos 200 ambicionados, logo, os resultados serão mais dificilmente generalizáveis;
- Dos inquiridos (comunidade online presente em grupos da internet como “Alentejo”, “Baixo Alentejo” e “Cante a Patrimonio Imaterial da Humanidade”), a participação mais elevada ocorreu, em grande maioria, no concelho de Beja, embora a solicitação de participação tenha sido semelhante à dos restantes concelhos;
- A época em que o estudo foi realizado, isto é, o período de férias da totalidade dos inquiridos.

Contudo, entende-se que, apesar do acima descrito, nenhuma destas limitações é, efetivamente, um obstáculo para validar os resultados do estudo efetuado e as conclusões que se retiram a partir da análise dos mesmos.

De seguida, descreve-se a amostra por conveniência, através da apresentação das suas características demográficas.

Os inquiridos que responderam ao questionário têm idades compreendidas entre os 19 e os 64 anos (100%). São, maioritariamente, do sexo feminino (63,83%) e a maioria possui, como grau académico, o ensino superior (63,83%), sendo que a minoria está inserida no parâmetro de outros – mestrados ou cursos técnicos – com 8,51%. (Gráficos 1, 2 e 3).

1



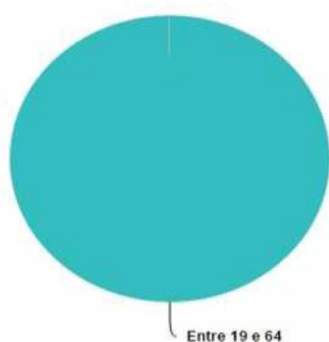
Opções de resposta	Respostas
—	36,17%
Masculino	34
—	63,83%
Feminino	60
Total	94

Gráfico 1. Género dos respondentes

2

Qual a sua faixa etária?

Respondidas: 94
Ignoradas: 0



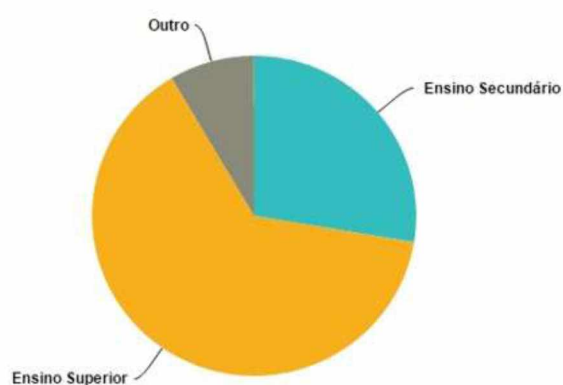
Opções de resposta	Respostas
—	0,00%
Menos de 18	0
—	100,00%
Entre 19 e 64	94
—	0,00%
Mais de 65	0
Total	94

Gráfico 2. Faixa etária dos respondentes

3

Qual a sua escolaridade?

Respondidas: 94
Ignoradas: 0

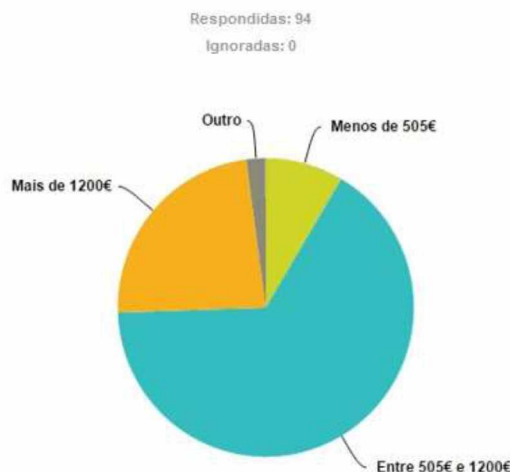


Opções de resposta	Respostas
—	0,00%
Ensino Básico	0
—	27,66%
Ensino Secundário	26
—	63,83%
Ensino Superior	60
—	8,51%
Outro	6
Total	94

Gráfico 3. Escolaridade dos respondentes

Ainda na área sociodemográfica, na questão da análise do rendimento próprio do indivíduo, pertinente no estudo em concreto, uma vez que ajudaria a aferir a disponibilidade financeira do mesmo, em parte, para o consumo e lazer, constatámos que existe uma elevada percentagem de indivíduos com rendimentos médios/médios altos – entre 505€ e 1.200€ (65,96%) – e altos – mais de 1.200€ (23,40%) (Gráfico 4).

4 Qual o seu rendimento mensal (próprio)?



Opções de resposta	Respostas
Menos de 505€	8
Entre 505€ e 1200€	62
Mais de 1200€	22
Outro	2
Total	94

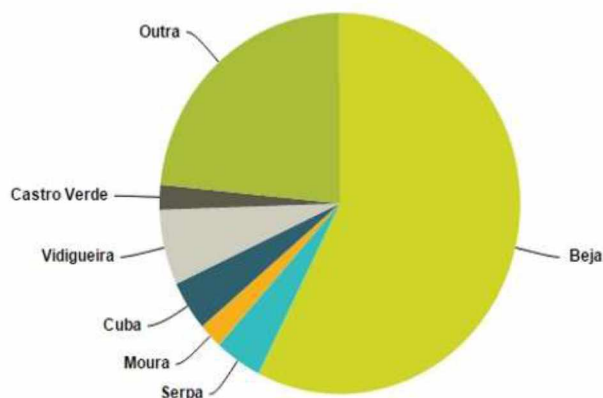
Gráfico 4. Rendimento mensal (próprio) dos respondentes

Ao nível da área de residência, o concelho de Beja foi, esmagadoramente, aquele onde foi possível recolher mais informação e participação dos inquiridos, com 57,45% das respostas, sendo que os restantes dois concelhos preferenciais (Serpa e Moura) se limitaram a 4,26% e 2,13% das respostas, respetivamente (Gráfico 5).

Qual a sua área de residência?

Respondidas: 94

Ignoradas: 0



Opções de resposta	Respostas
—	57,45%
Beja	54
—	4,26%
Serpa	4
—	2,13%
Moura	2
—	0,00%
Ourique	0
—	4,26%
Cuba	4
—	6,38%
Vidigueira	6
—	2,13%
Castro Verde	2
—	23,40%
Outro	22
Total	94

Gráfico 5. Área de residência dos respondentes

Quando entrámos no cerne da questão da rota em si, curiosamente, constatámos que 6,38% dos inquiridos responderam que não gostariam de ver uma rota do cante alentejano na Região do Baixo Alentejo, muito embora 93,62% tenham respondido afirmativamente. Esta questão, pela sua abrangência, dava possibilidade aos inquiridos de completarem, se pretendessem, a sua resposta. Deste modo, no caso afirmativo, registámos algumas considerações, tais como: “para dar expressão e escala a uma tradição muito importante”; “Porque seria uma ótima forma de divulgação estruturada da cultura alentejana!”; “Para preservar as tradições e enriquecer a cultura”; “Porque, nascido e criado em Beja, com paixão pelo cante alentejano, não posso deixar de enaltecer tal iniciativa”; “Para uma maior divulgação e desenvolvimento regional”; “Para dar a conhecer o cante, para que as pessoas possam vivenciar as tradições alentejanas, e só com uma rota isso poderia ser mais viável”; “Penso que seria uma forma de aumentar o turismo local”; “Seria mais um incremento para o desenvolvimento da região”; “Como património da humanidade que é, tem que ser divulgado e mostrado aos visitantes, é uma fonte de riqueza para a região”; “É uma forma de promover o cante e manter uma tradição, e uma forma de fomentar o turismo no Alentejo”; “A região merece mais divulgação e interesse. A população jovem está cada vez mais escassa porque não há grandes interesses nesta região”. Ou seja, existe,

efetivamente, um interesse em dinamizar a região através da cultura e da tradição, uma vez que a mesma já foi reconhecida como Património Imaterial da Humanidade. Há a crença de que essa rota será potenciadora do fomento do turismo, da valorização da região e do aumento da riqueza e interesse em manter a tradição e de passá-la aos mais novos e aos turistas. Já do lado negativo, as justificações prendem-se com a falta de afinidade com o género cultural e, ainda, com a certeza da falta de interesse dos municípios em tal iniciativa e, consequentemente, do seu fracasso (Gráfico 6).

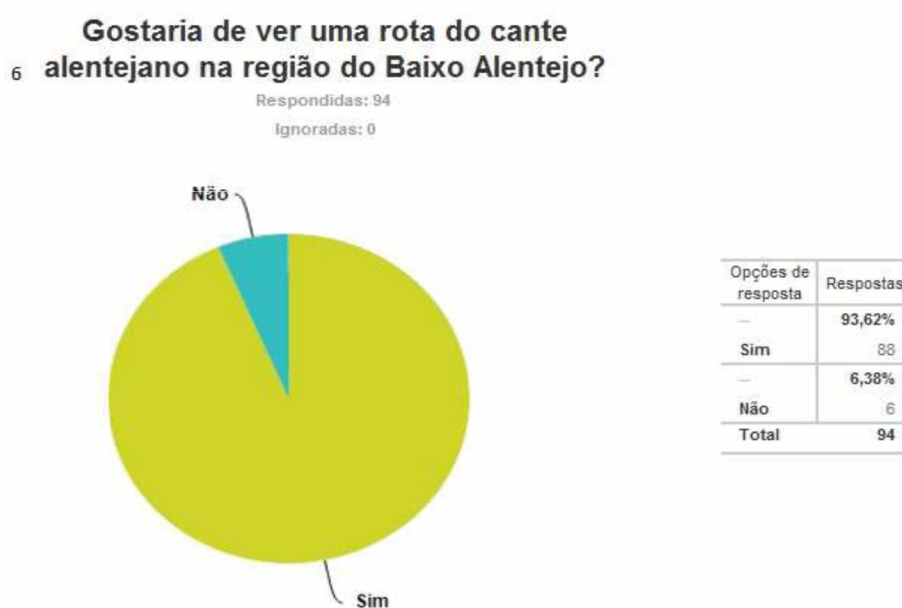


Gráfico 6. Interesse dos respondentes em verem uma rota do cante alentejano na região do Baixo Alentejo

Contudo, apesar de terem interesse na implementação de uma rota, nem todos os inquiridos que responderam afirmativamente à questão anterior acreditam existirem condições para criar essa mesma rota (82,98%), existindo, ainda, uma considerável percentagem de inquiridos (14,89%) que não sabem/não querem responder. Porém, é ao nível do “não” (2,13%) que nos é justificada a resposta com uma certeza maior da falta de interesse, motivação e iniciativa por parte dos Municípios no sentido da criação e divulgação da rota, uma vez que, embora o cante tenha sido considerado Património Imaterial da Humanidade há já cerca de um ano, muito pouco foi feito no sentido da sua dinamização e aproveitamento enquanto ferramenta de desenvolvimento local. Do lado do “sim” existem, maioritariamente, duas vertentes justificativas, que são o facto da oportunidade do cante como património e, ainda, de este “estar na moda” (Gráfico 7).

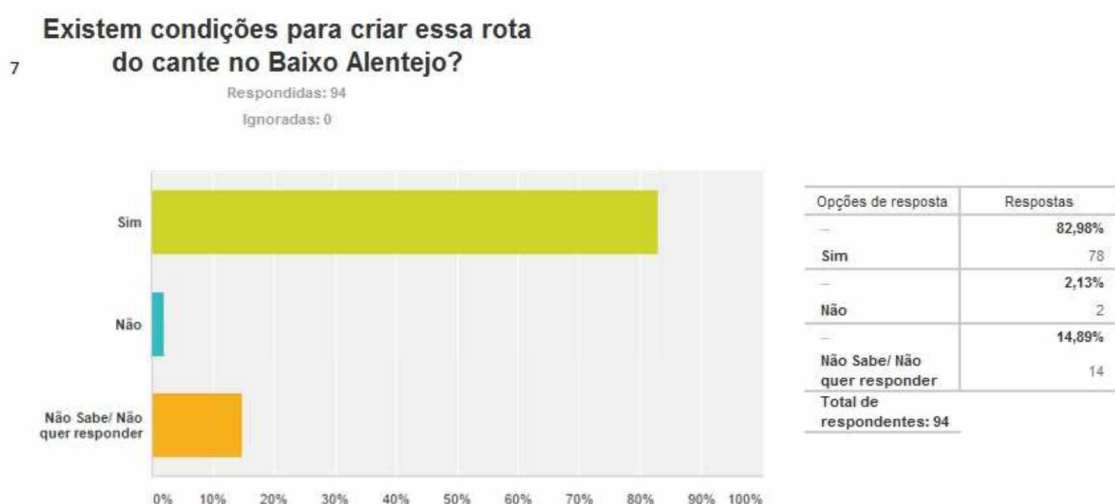


Gráfico 7. Existência de condições para a criação de uma rota do cante no Baixo Alentejo

Das várias opções apresentadas, foi solicitado um limite máximo de três respostas mais importantes nas questões mais extensas (Gráficos 8, 9 e 10).

Na questão “que benefícios pensa que uma rota do cante pode trazer à região”, dois itens destacaram-se, em detrimento de outros. Foi o caso do impacto no aumento do turismo (85,71%) e da dinamização das tradições alentejanas (91,84%). Nenhum inquirido (0%) desconsiderou qualquer das opções ou absteve-se de o fazer com “não sabe/não quer responder”. A “melhoria das condições e da qualidade de vida” é apontada por alguns como uma relevante consequência (28,57%). Outros benefícios considerados relevantes (4,08%) são a valorização imobiliária, quer do património nacional em si, quer no crescimento do mercado imobiliário (Gráfico 8).

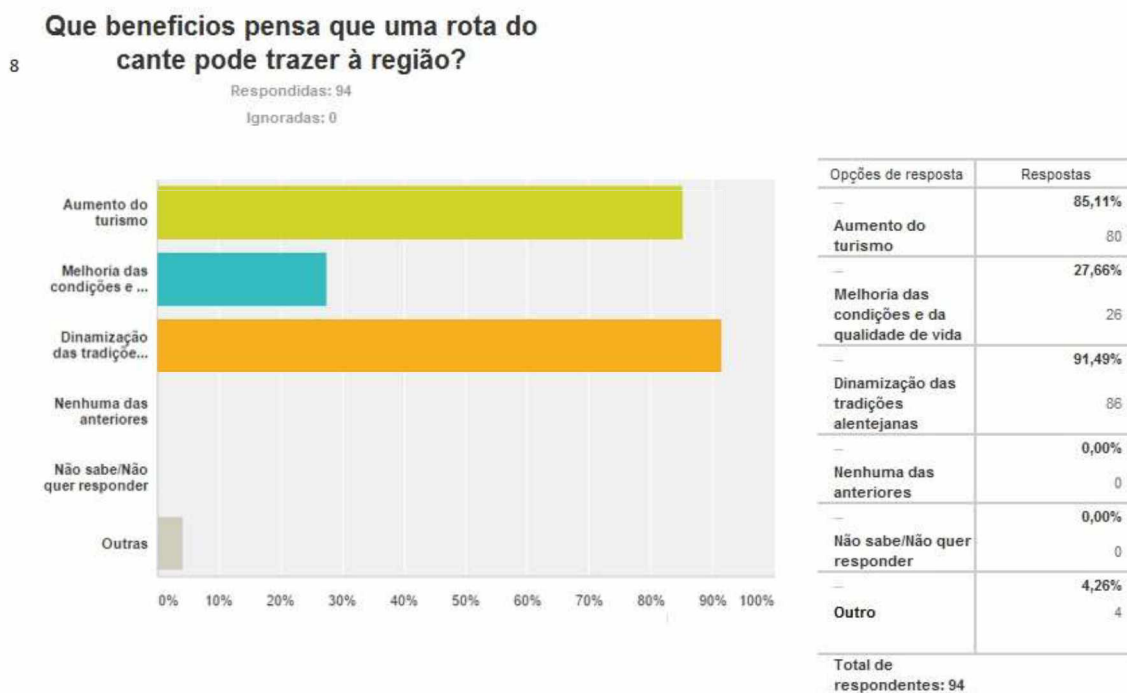


Gráfico 8. Benefícios que uma rota do cante pode trazer à região

Na questão número 9, embora muito a par com a “falta de vontade política” (63,83%), são apontados, como maiores obstáculos às dificuldades de criação de uma rota do cante, os “poucos recursos financeiros” (74,47%) e a “inexistência de uma rede de cooperação local” (70,21%). Menos impacto terão as “questões de *marketing* e de divulgação” (40,43%) e a “falta de infraestruturas” (44,68%).

A nível de comentários, um dos que sobressaiu foi a crença de que, para um dos inquiridos, neste momento existem outras prioridades para o distrito, nomeadamente a nível da educação e da saúde (Gráfico 9).

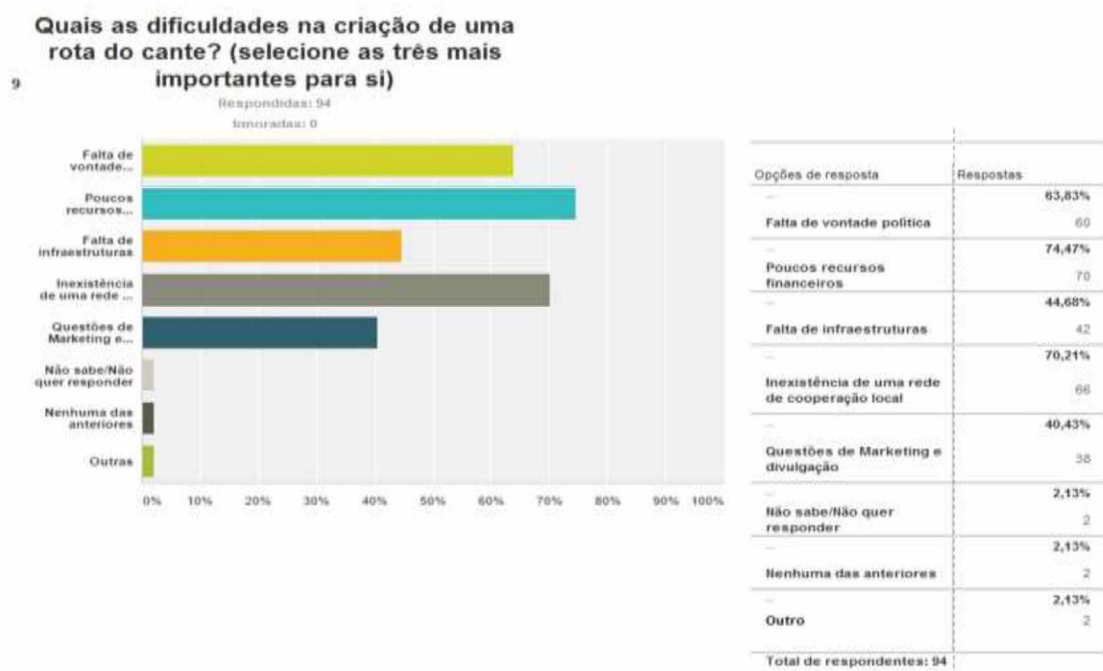


Gráfico 9. Dificuldades na criação de uma rota do cante

A última questão prende-se com as infraestruturas que os inquiridos gostariam de ver surgir numa rota do cante, sendo que a que mais exequível, aparentemente, é, também, a que maior percentagem de escolhas obteve. Ou seja, talvez, até, um pouco à luz das casas de fado, do sucesso das mesmas, ou da facilidade em adaptar um restaurante já existente para o efeito, o “Restaurantes com noites do cante” foi a mais consensual, com 70,21% de respostas, de todos os serviços e infraestruturas em opção. Em contrapartida, as casas do povo, onde, tradicionalmente, se assiste (ou assistia) aos grupos de cantares e às suas reuniões, são a resposta menos apelativa, com apenas 12,77% (Gráfico 10).

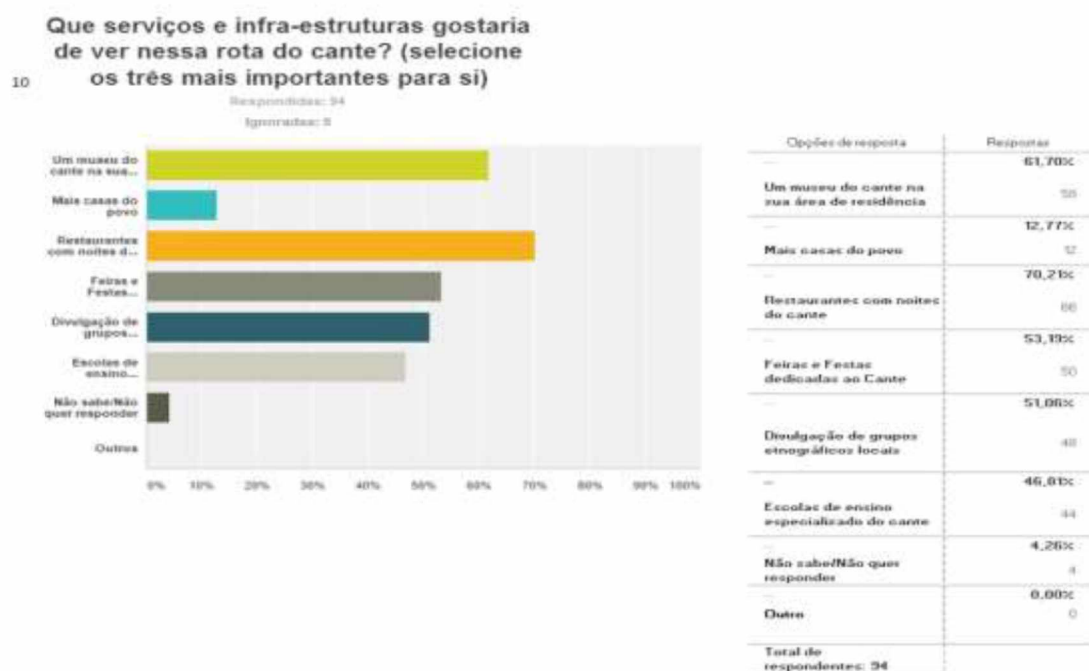


Gráfico 10. Serviços e infraestruturas na rota do cante

3.2 Análise Empírica de dados – Entrevista

3.2.1 Guião da Entrevista

Este guião destina-se ao Representante da Candidatura do Cante Alentejano a Património Imaterial da Humanidade, e está orientado por três objetivos, na ótica do entrevistado:

- Conhecer a história e a relação do entrevistado com o cante;
- Conhecer a importância do cante para a região;
- Perceber se existe vontade e disponibilidade para a criação de uma rota do cante no Baixo Alentejo.

Enquanto entrevistadora, procurámos que a entrevista fosse realizada de uma forma informal, num tom próximo do familiar. Contudo, em momento algum foram descuradas as questões necessárias para atingir o objetivo em vista, não sendo necessária a alteração da ordem das perguntas previstas.

3.2.2 Transcrição da entrevista

Data da entrevista: 30/09/2015

Nome do entrevistador: Ângela Branco Malveiro

Tipo de entrevista: Presencial (13 minutos de conversa registada)

Entrevistador: Qual o seu nome, a sua idade e a sua formação?

Entrevistado: “Nome”, 67 anos, natural de Serpa, licenciado em Segurança Social.

Entrevistador: Qual a sua história com o cante?

Entrevistado: A minha história com o cante começou desde a minha infância, dado que o meu pai era diretor e mestre do grupo coral etnográfico da casa do povo de Serpa e, a partir dessa altura, comecei logo a ter um contacto direto com o cante, uma vez que acompanhava o referido grupo por diversas vezes. Lembro-me de ser um gaiato com 6, 7 anos... recordo-me perfeitamente de ir a Lisboa, vir a Beja e a outras terras aqui ao redor do distrito... e, a partir daí, estive sempre ligado ao cante! Mais tarde, como é evidente, escolhi outro tipo de música, sem, no entanto, me desligar do cante, foi a história dos outros grupos que eu tive com o teu pai. E, a partir daí, muito naturalmente, quando acabou essa fase do *rock*, comecei a dedicar-me ao grupo de Serpa, uma vez que o apanhei numa fase de grande decadência, e fui convidado – isto passa-se nos anos 70 – e, até hoje, o grupo tem continuado, graças a Deus, se bem que eu já não pertença ao grupo desde julho de 2014.

Entrevistador: Qual a importância, do seu ponto de vista, do cante como Património Imaterial da Humanidade na divulgação do Alentejo?

Entrevistado: É extremamente importante. Certo de que é mais uma componente cultural que vai contribuir para o dinamismo e, inclusivamente, o desenvolvimento económico e social da região, ao mesmo tempo que a população vai tomando conhecimento de uma forma de cultura popular que já ia sendo um pouco adulterada. O reconhecimento da UNESCO a Património Imaterial da Humanidade traz-nos responsabilidades acrescidas. Ou seja, a partir deste momento temos de ter muito cuidados, pois estamos em permanente observação. O que quer dizer que a UNESCO, de um momento para o outro, se, de facto, o Programa de sustentabilidade não for cumprido, podem, inclusivamente, retirar esta menção, isto não é *ad eternum*. Há um certo período mas, entretanto, foram assumidos compromissos, que têm de ser

cumpridos, caso contrário, corre-se o risco de a UNESCO voltar atrás e, depois, ter que ser reformulada uma candidatura, num processo muito complexo.

Entrevistador: Quais os projetos que gostaria de ver desenvolvidos pelo cante?

Entrevistado: Estão a ser desenvolvidos esforços no sentido de manter o apoio escrito no plano de salvaguarda, estão a ser desenvolvidas várias iniciativas, se bem que dispersas. Penso que faltará um plano estratégico para que essas iniciativas que estão a ser desenvolvidas conduzam a um efeito muito maior do que acontece até agora.

Entrevistador: Uma rota do cante poderia ser um desses projetos? Sim/Não. Porquê?

Entrevistado: Ah, a rota do cante era extremamente importante! Atualmente estão a aparecer variadíssimos grupos, quer no Baixo Alentejo, quer no Alto Alentejo, inclusivamente, na cintura industrial de Lisboa, o que é que isto significa? Significa que cada um puxa por si. E quem quer saber de cante alentejano, tem de saber quais são os sítios onde se canta de uma maneira e se canta de outra. É como quem vai a Lisboa ver um filme, tem de saber em que sala está! Isso é um papel que cabe essencialmente aos agentes culturais, principalmente às Câmaras Municipais, e associações, como a MODA, sediada em Cuba, e a Confraria do Cante, em Serpa. Por acaso, ainda não houve uma tentativa de juntar todos esses agentes culturais e estabelecer um plano estratégico que conduza, de facto, a uma rota do cante alentejano. Porque há aqui duas situações que são importantes, o cante tem duas *nuanças*, o tradicional e aquele que vai evoluindo muito naturalmente. É absolutamente impossível estagnar o cante das formas rígidas como era antigamente. Esses grupos novos que vão surgindo já trazem novas formas de expressão musical, inclusivamente poética, e é preciso que as pessoas saibam quando e onde querem ouvir o tradicional ou o mais recente, inclusivamente os grupos femininos que proliferam por todo o lado. Daí que essa rota é muito importante e uma questão pertinente que colocas. Sei que o Presidente da Câmara de Beja vai ter uma reunião a seguir à Rural Beja com todos os grupos e agentes culturais para estabelecer um plano. Mas, lá está, é a Câmara de Beja, e as outras? Tem de ser um projeto muito abrangente e urge fazê-lo porque dia 27 de novembro faz um ano que foi aprovado como Património, está na altura de mostrar trabalho.

Entrevistador: Que dificuldades ou obstáculos pode considerar na implementação de tal rota?

Entrevistado: Até agora tem havido essa falta de dinamismo, mas eu penso que vai ser superada a partir do momento em que as pessoas tenham consciência da necessidade de cumprir o plano de salvaguarda e a sustentabilidade do cante. A partir daí, estou convencido que essa rota será, de facto, instituída.

Entrevistador: Teria interesse em trabalhar em rede em algo semelhante?

Entrevistado: Estou convidado para isso, para essa rede.

Entrevistador: Acha que um dia o cante poderá ser esquecido?

Entrevistado: Não, não vai ser esquecido. É evidente que o cante, como todas as outras formas musicais, vai sofrer mudanças. Mas se formos a ver os antigos clássicos, Beethoven, Mozart, Chopin, etc., a música deles continua a ser tocada. Na essência, continua a ser tocada tal como era há 200 anos. Com o cante vai suceder precisamente a mesma coisa. Eu tenho a preocupação, nos grupos por onde tenho passado – e, atualmente, estou metido aí nuns grupos como os “Discípulos” e os “Cantadores do Desassossego” – em que, numa primeira fase, vamos aprender o cante alentejano, tal como os nossos pais e os nossos avós cantavam, introduzindo uma ou outra moda mais recente. Quando eles, de facto, souberem a génese, podemos ir passando para outras formas um pouco mais avançadas mas, no entanto, eles já sabem como é que se canta. É importante porque eles vão de enfiada para os músicos de música tradicional musicada, em que as modas são adulteradas em termos rítmicos e, infelizmente, em termos musicais com a introdução de vários instrumentos, seja do cavaquinho, seja da viola campaniça, os acordeões em vez da tradicional concertina, enfim, até instrumentos de sopro como a flauta... bom, eu não sou conservador mas, de início, vamos para o antigamente e depois, lentamente, vai-se introduzindo uma ou outra moda.

3.2.3 Análise de Conteúdo

Após a leitura inicial da entrevista, procedeu-se à sua interpretação e posterior codificação, por excertos, de modo a ser possível apresentá-la em tabela, consoante o número da resposta e o objetivo.

Para o 1º objetivo – Conhecer a história e a relação do entrevistado com o cante – foram delineadas duas questões, através das quais se pretendeu perceber a origem da relação do entrevistado com o cante, os seus conceitos e as suas experiências, bem como a sua própria área de formação pessoal.

Para o 2º objetivo – Conhecer a importância do cante para a região – estabeleceram-se, também, duas questões. A primeira, de forma assertiva, “Qual a importância do cante como Património Imaterial da Humanidade na divulgação do Alentejo?” e a segunda, na fase terminal da entrevista, acerca do futuro do cante.

Para o 3º objetivo – Perceber se existe vontade e disponibilidade para a criação de uma rota do cante no Baixo Alentejo – as questões procuraram frisar o conhecimento de quais os obstáculos inerentes a uma rota e a identificação das potencialidades das parcerias, através de três perguntas sequenciais.

Caraterização

- . 67 Anos
- . Natural de Serpa
- . Licenciado em Segurança Social

Grelha de análise de conteúdo da entrevista

Categoria – História e Princípios do Cante

Subcategoria	Unidades de Registo
<i>O Eu e o Cante</i>	<p>“[...] desde a minha infância, dado que o meu pai era diretor e mestre do grupo coral etnográfico da casa do povo de Serpa [...]”</p> <p>“[...] comecei a dedicar-me ao grupo de Serpa, uma vez que o apanhei numa fase de grande decadência, e fui convidado – isto passa-se nos anos 70 – e, até hoje, o grupo tem continuado [...]”</p> <p>“[...]já não pertenço ao grupo desde julho de 2014.”</p>
<i>O Cante é Património</i>	<p>“É extremamente importante”</p> <p>“[...] uma componente cultural que vai contribuir para o dinamismo e, inclusivamente, para o desenvolvimento económico e social da região, ao mesmo</p>

tempo que a população vai tomando conhecimento de uma forma de cultura popular que já ia sendo um pouco adulterada.”

“[...] se, de facto, o programa de sustentabilidade não for cumprido, podem, inclusivamente, retirar esta menção [...]”

Categoria – Projetos

Subcategoria	Unidades de Registo
<i>A Rota</i>	<p>“Ah, a rota do cante era extremamente importante!”</p> <p>“[...] quem quer saber de cante alentejano, tem de saber quais são os sítios onde se canta de uma maneira e se canta de outra.”</p> <p>“Tem de ser um projeto muito abrangente e urge fazê-lo porque dia 27 de novembro faz um ano que foi aprovado como Património [...]”</p>
<i>Outros Projetos</i>	<p>“Estão a ser desenvolvidos esforços no sentido de manter o apoio escrito no plano de salvaguarda, estão a ser desenvolvidas várias iniciativas [...]”</p> <p>“[...] faltará um plano estratégico [...]”</p>

Categoria – Parcerias

Subcategoria	Unidades de Registo
<i>Obstáculos</i>	<p>“[...] falta de dinamismo [...]”</p> <p>“[...] as pessoas tenham consciência da necessidade de cumprir o plano de salvaguarda e a sustentabilidade do cante</p>

	[...].” “Sei que o Presidente da Câmara de Beja vai ter uma reunião a seguir à Rural Beja com todos os grupos e agentes culturais para estabelecer um plano. Mas, lá está, é a Câmara de Beja, e as outras?”
<i>Motivação</i>	Sim. “Estou convidado para isso, para essa rede.”

Categoria – Futuro

Subcategoria	Unidades de Registo
<i>Futuro</i>	“[...] não vai ser esquecido.” “[...] vai sofrer mudanças.”

3.2.4 Considerações

A sinopse da entrevista acima apresentada leva-nos, então, numa breve interpretação dos dados, auxiliada pelas unidades de registo da grelha de análise, ao seguinte resultado descritivo:

1º Objetivo – O entrevistado possui uma vasta experiência e vivência com o cante, quer a nível pessoal, quer a nível profissional;

2º Objetivo – O entrevistado considera o cante um forte impulsionador cultural, social e económico da região, bem como uma tradição que deve ser prezada e continuamente trabalhada, uma vez que existem compromissos internacionais que não podem ser descurados, sob pena de ser retirada a menção de Património Imaterial da Humanidade.

3º Objetivo – O entrevistado considera a rota do cante um projeto pertinente e, até, de extrema relevância, que devia ser implementado em conjunto com todos os parceiros e agentes culturais, de modo, também, a permitir alguma sustentabilidade futura, independentemente de protagonismos pessoais.

4. Projeto

O objetivo central de um projeto deste âmbito e desta rota em particular é dar a conhecer os locais onde se canta, onde se assiste, onde se aprende, onde se conhece o cante. Desta feita, complementarmente à vontade da população geral do reconhecimento da mais-valia dessa rota, foi elaborado um esboço do boletim com esse fim.

Ou seja, através do mapeamento dos espaços com essas manifestações permanentes, seria possível ao visitante ou interessado, saber ao certo os principais pontos de interesse deste aspeto da cultura alentejana.

Das estruturas a constar desta rota há espaços que devem figurar impreterivelmente pela sua história e ligação ao cante mas, também, pelo seu empreendedorismo, nomeadamente, os seguintes:

O Engrola - Serpa

Situado na zona histórica, perto da Casa do Povo, situa-se o café do Sr. Francisco Manuel Parreira Engrola, ou “taberna do Engrola”, conhecido, não só, pelo seu cozido de grão, feijoada, açorda de bacalhau, tomatada com carne grelhada ou chocos fritos mas também pelas animadas noites de cante que o próprio dono proporciona. Um local pequeno (25 lugares) que requer reserva, exceto ao Domingo, que encerra, onde se pode modestamente beber um copo de vinho, azeitonas e se retemperam energias para mais uma moda Alentejana na Taberna do Chico Engrola. E, como a D. Isabel, mestre cozinheira, diz «Estamos sempre cheios, já pensámos abrir um espaço maior. Mas depois deixávamos de cozinhar com amor, e se não for por amor porque é que havemos de cozinhar? Nem pensar.»

Morada: Rua dos Balouços, 1, Serpa

Especialidade: Sopa de Tomate, Migas com carne grelhada

Encerra: Domingo

Aqui há Cante – Antiga Galeria do Desassossego - Beja

O balcão em pedra e os armários de madeira não enganam: antes de ser um espaço de cultura e gastronomia, a Galeria do Desassossego era uma velha

Taberna. Aberta ao público de quarta-feira a sábado, para almoços e jantares, com enfoque nos produtos regionais desde o vinho à carta gastronómica do Alentejo, pelas mãos de Jorge Benvinda, seu mentor, surge o Aqui Há Cante que proporciona, conjuntamente com os sabores alentejanos do vinho, do petisco e das tapas, o som do Cante - sendo as 5^{as} feiras destinadas aos ensaios dos Cantadores do Desassossego e os restantes dias a workshops de viola campaniça ou projetos como "As modas que acompanham as sopas" e " traz a tua viola e vem cantar umas modas". O modelo é inspirado nas conhecidas “Casas de Fado”. Os promotores pretendem estabelecer parcerias com Câmaras para que sejam criadas mais “Casas de Cante” e, conseqüentemente, uma rede na região.

Morada: Rua da Casa Pia, 26, Beja

Especialidade: 4^a Açorda de Espargos

5^a Feijoadá Alentejana e Ensaio dos Cantadores

6^a Arroz de Tomate com peixe frito

Sábado Cozido de grão e Modas ao Balcão

Domingo Tomatada e Modas que acompanham Sopa

Encerra: 2^a e 3^a feira

Taberna do Arrufa - Cuba

O restaurante Taberna do Arrufa, em Cuba, é um espaço jovem e dinâmico, onde a tradição é valorizada. Serve saborosos petiscos e tapas alentejanos, bem como pratos regionais mais compostos. Exemplo disso são as migas com entrecosto as sopas de tomate ou de cação e as várias açordas. Grande parte das noites é possível acompanhar a refeição com, para além do bom vinho alentejano, o cante alentejano, fado e outras sonoridades, às sextas e sábados

Com capacidade para 60 pessoas e sem dias de encerramento, é o espaço ideal - uma taberna antiga de cara lavada - na pequena vila de Cuba, onde pode passar um bom serão no quintal, a petiscar o que a região tem de melhor e sem gastar muito dinheiro.

Morada: Travessa das Francas, 3, Cuba

Especialidades: Farinheira e Linguiça assada (4,9€), batatas-doce fritas (1,9€), moelinhas em molho de tomate (4,9€), sopa de cação (7,9€).

Encerra: 2^a feira

O Liberato - Moura

Mais conhecido como a Taberna do Liberato, por ter apenas 16 lugares de lotação, surge um restaurante modesto cujas ementas são concebidas de modo a fornecer refeições de acordo com as possibilidades financeiras da clientela e que confeciona pratos típicos, recuperando sabores antigos em virtude de ser chamada comida caseira. Aí não há noite sem que alguém se lembre de puxar uma moda, e ala de ver os homens a afinar o tom ao cante.

Morada: 2ª Rua da Mouraria, 3, Moura

Especialidade: Queijo, Pão e Vinho caseiro

Encerra: Domingo

Museu do Cante - Serpa

O Museu do Cante é uma estrutura museológica dedicada ao Cante e ao património cultural imaterial do Alentejo, e também à sua salvaguarda. Nele está sediado o Arquivo Sonoro, aonde se querem preservar para memória os sons e as imagens do Alentejo.

Este projeto é o gestor do primeiro parque dedicado ao património imaterial em Portugal e cujo tema central é o Cante, às práticas expressivas e às identidades do Alentejo.

Este equipamento tem um papel importante ao nível da investigação e passa também por trazer pessoas para investigarem e tornarem-se mais conhecedoras do cante, nomeadamente, para que possam assistir a ensaios do cante com regularidade. O Museu do cante aposta também nas novas tecnologias e na realidade virtual e é palco de inúmeras exposições ao longo do ano.

É um forte contributo para a continuação do Plano de Salvaguarda associado à classificação do Cante enquanto património cultural imaterial da humanidade

A Casa do Cante nasceu da vontade do Município de Serpa de contribuir para a valorização das Identidades do Sul, ciente da importância do diálogo intercultural que estas permitem.

Está sediada no centro histórico da cidade - Serpa, notável vila - e pode ser visitado de terça a sábado entre as 10:00 e as 18:00.

A Casa do Cante é a entidade gestora da Candidatura do Cante Alentejano à Lista representativa do património cultural imaterial da humanidade, apresentada pelo Estado Português à UNESCO em 2013.

Resulta da requalificação de um edifício antigo, inclui um centro de documentação, uma galeria de exposições temporárias, um auditório e uma cafetaria e uma loja, onde os visitantes podem degustar e adquirir produtos regionais.

A criação da Casa do Cante foi financiada em quase 471 mil euros por fundos comunitários, sendo a verba restante assegurada pela Câmara de Serpa, num investimento total na ordem dos 639 mil euros.

Morada: Rua dos Cavalos, 12 Serpa

Encerra: Domingo e 2ª

Musibéria - Serpa

Situado na histórica cidade de Serpa o Musiberia, centro internacional de músicas e danças de raiz ibérica, funciona como um importante veículo para formação, investigação e divulgação das músicas e danças de países e grupos de influência cultural Luso-Espanhola mas também como um espaço de música que alia tradições e expressões culturais associadas ao cante Alentejano. As características técnicas do Musibéria fazem dele um centro de exceção a nível internacional. Enquanto centro de formação e investigação o Musibéria permite complementar o ensino superior da música e da dança, promovendo uma especialização em domínios específicos. O centro acolhe cursos de curta duração, simpósios e semestres académicos a artistas, professores e público em geral.

Morada: Dr. Afonso Henriques do Prado Castro e Lemos 15, Serpa

Encerra: 6ª a 2ª

Taberna do Papa Borregos - Alvito

O Papa Borregos, em Alvito, não é só a sede da Associação de Cante Coral Alentejano do Concelho, como também, uma Casa de Cante e Museu. Atualmente o Grupo Coral reúne-se todas as Sextas Feiras na sua sede para ensaiar as suas “modas. A Associação conta já com 40 anos de existência e o seu

museu etnográfico pode ser visitada todos os dias da semana entre as 11:00 e as 22:00.

Morada: Rua das Pereiras, 6, Alvito

Especialidades: Torresmos, Cabeça de borrego assado, feijão com carrasquinhas

Encerra: Não encerra

Cante: O ensaio é às sextas, mas há cante todos os dias

Taberna dos Camponeses - Pias

E se um pouco por todo o lado as tabernas vão desaparecendo, em Pias, tentou-se abrir uma exceção. O Grupo Coral e Etnográfico Os Camponeses de Pias comprou uma velha tasca já fechada na rua principal da vila e fez dela a sede, sala de ensaios e lugar de convívio para quem canta e quem quer ouvir cantar, todas as sextas e sábados. Foi nesta casa que foi apresentado o roteiro Cante & Vinho do Alentejo em Novembro de 2015 e onde o realizador de *Alentejo, Alentejo* se lembra de “chorar baba e ranho numa taberna de Pias, a ouvir cante alentejano”.

Morada: Rua Luis de Camões, 33, Pias

A Confraria do Cante - Serpa

A Confraria do Cante Alentejano, associação presidida por Francisco Elias Torrão, foi um dos promotores da Candidatura do Cante a Património Imaterial da Humanidade da UNESCO, está sediada na Rua da Abegoaria em Serpa e promove diversas iniciativas vocacionadas para o ensino, difusão e salvaguarda do cante alentejano, como uma prática performativa viva, dotada de singularidades e dinâmicas próprias. Para conhecer a génese e/ou as iniciativas que, por todo o Alentejo e não só, estão a ser desenvolvidas, este é, sem dúvida, o local mais capacitado nesse sentido.

Morada: Rua da Abegoaria, Serpa

No boletim anexo fica exemplificado esse prospeto, nomeadamente pelas casas de cante e pelos restaurantes onde podemos ouvir/conhecer diariamente o Cante no Baixo Alentejo. Naturalmente, sendo um esboço, apresenta ainda lacunas quer a nível estético, quer do conteúdo pois poderia também prever as

feiras e festas, casas do povo e grupos corais, exposições permanentes, entre outros, bem como um mapa com coordenadas e contatos dos citos.

Rota do Cante no Baixo Alentejo

Degustar o Cante



O ENGROLA
Rua dos Salouços, 1
Sépio



Casa do Cante
AQUI HA CANTE
Rua da Casa Pia, 26
Beja



TABERNA DO ARRUFA
Travessa das Francas, 3
Cuba



O LIBERATO
Segunda Rua de Mouraria
Moura

Conhecer o Cante



MUSEU DO CANTE
Uma estrutura museológica dedicada ao Cante e ao património cultural imaterial do Alentejo, e onde está sedado o Arquivo Sonoro do Alentejo.
Rua dos Cavaleiros, 12
Sépio



FAPA BORRÊGOS
Casa do Cante Museu e sede do Grupo Coral de Avelita
Rua das Pereiras, 6
Avelita



MUSIBÉRIA
Espaço de música e dança, atraindo tradições e expressões culturais associadas ao cante Alentejano.
Rua Dr. Afonso Henriques do Prado Castro e Lemos
Sépio



TABERNA DOS CAMPONESES
Escola e Experimentação do Cante, em associação com enogastronomia e com a hotelaria local
Rua Luís de Camões, 33
Fias

5. Avaliação

A proposta deste estudo prendeu-se com a obtenção de um valor acrescentado para a criação e o conhecimento da necessidade de uma rota cultural, em particular, do cante, do impacto do mesmo na divulgação e expansão do turismo no Alentejo. Para tal, deu-se a conhecer não só as vantagens da mesma enquanto promotora de desenvolvimento local sustentável como da sua vantagem enquanto questão identitária de um povo, em particular, do Baixo Alentejano.

O projeto pretende, também, vir a contribuir para um enriquecimento bibliográfico para este e outros estudos da área mas, ainda, oferecer ferramentas e, acima de tudo, incentivar a um projeto de escala real.

Assim, pretendeu-se, inicialmente, identificar, descrever e especificar o objetivo da investigação mediante a recolha de bibliografia, posteriormente organizada, analisada e interpretada. Essa recolha centrou-se na área do Cante, do Turismo e do Marketing. Em simultâneo, inquiriu-se o próprio povo alentejano averiguando a sua abertura, a sua identificação, os seus conhecimentos, as suas opiniões e o seu interesse na construção deste projeto, quer através dos questionários quer pela entrevista pessoal.

Um ano depois da distinção do cante alentejano como Património Imaterial da Humanidade, à luz dos resultados quer dos inquéritos, quer das entrevistas, quer das notícias que entretanto foram surgindo, tornou-se uma certeza de uma mais-valia para o reconhecimento desta região tantas vezes esquecida. Agora, a sua aceitação à escala mundial trouxe não só a responsabilidade de salvaguarda de uma tradição como abriu portas ao cante enquanto fator económico e produto turístico. É o caso do entretanto (Novembro de 2015) divulgado Roteiro Digital do Cante, ou da moeda comemorativa, ou da reedição da revista A Tradição, de exposições artísticas como “Retratos do Cante”, ou da coletânea de Castro Verde “Planície a cantar”, entre tantas e tantas outras. Este selo mundial trouxe, então, o peso e a questão da identidade, do orgulho, respeito e da dignidade de cada alentejano, novo ou velho, para com o cante mas, também, a vontade popular e política, através de financiamentos públicos para as práticas artísticas e culturais, de fazer cada vez mais para não deixar cair em esquecimento esta vitória.

O principal obstáculo à realização deste estudo, do ponto de vista prático, como anteriormente referido, deveu-se, em grande parte, ao período de férias em que o mesmo foi desenvolvido e ao curto espaço de tempo que era permitido para a sua

execução, que resultou, igualmente, na falta de *feedback* dos inquiridos. Contudo, foi com sucesso e entusiasmo que se concluiu e acreditou que a Rota do Cante é possível, é uma vantagem e uma necessidade, com a cooperação e interesse de todos, sejam eles alentejanos ou não.

6. Conclusão e Recomendações

As rotas em si são inovadoras, empreendedoras, favorecem o desenvolvimento local e promovem as parcerias e a interdisciplinaridade. Contudo, exigem elevada preparação e conhecimento, de forma a proporcionarem uma oferta a mais completa possível e, deste modo, promoverem o pretendido.

Somente através da articulação de vários instrumentos é possível reconhecer os benefícios da mesma; no entanto, um trabalho desenvolvido de forma deficiente, em termos de redes e parcerias, resultará, facilmente, no seu fracasso.

É importante ressaltar que deste estudo resultou apenas um esboço e que o mesmo não foi efetivado – através da implementação dessa rota apesar de, posteriormente à redação deste documento ter surgido pela Câmara Municipal de Beja a apresentação de um Roteiro Digital do Cante – e, como tal, de futuro, estas investigações deverão (ou poderão) ser colaborativas e facilitar questões, como a realização de questionários aos visitantes de determinadas infraestruturas de interesse, bem como um grupo de foco a outros intervenientes do cante alentejano, ou ainda, pelo patrocínio das entidades para a criação de uma plataforma com uma verdadeira rota regional ou nacional e, até, tornar o próprio estudo mais abrangente a todo o território.

O interesse ficou explícito, quer dos inquiridos, quer do entrevistado. Existe vontade de ver uma rota, existe vontade de participar na elaboração dessa rota. Para todos, intervenientes, alentejanos, cidadãos, o cante tem tanto de passado como de presente e futuro!

Referências Bibliográficas

- Albino, J. C. (2001). *Desenvolver (Des)envolvendo – reflexões e pistas para o desenvolvimento local*. Messejana: ESDIME.
- Almeida, A. G. (2006). *Os desafios das cidades – contributos da gestão, Marketing e Planeamento Estratégicos*. Viseu: Edições Planeamento.
- Azevedo, A., Magalhães, D. & Pereira, J. (2010). *City marketing – my place in XXI*, Porto: Vida Económica.
- Bernardo, E. (2013). *Uma introdução ao turismo – conceitos, classificações e tipologias*. Lisboa: CIES e-Working Paper N.º 164.
- Cabeça, S. & Santos, J. (2010). A mulher no cante alentejano. In Conde, S.P., *Proceedings of the International Conference in Oral Tradition*, Concelho de Ourense, vol. II, 31-38. Disponível em <http://dispace.uevora.pt/rdpe/handle/10174/2570>.
- Campos, A. K. P. (2012). *O Alvarinho como produto impulsor do enoturismo em Monção*. Disponível em <http://hdl.handle.net/1822/23302>.
- Cardoso, A. (2003). A importância das cidades. *Gente & Viagens*, Abril, 3.
- Cartageno, António, "O Alentejo e os Outros Mundos no Canto Alentejano", Arquivo de Beja (3ª Série), nº 7, 1998, pp. 387 – 392
- Clemente, Luís Miguel S., "Um olhar sobre o Canto Alentejo: Introdução ao Estudo da Vida e Obra de António Alfaiate Marvão", Arquivo de Beja (3ª Série), nº 13, 2000, pp. 37 - 48
- Coelho, Sérgio Veludo (2012). *Nação e Património Cultural – dois conceitos, uma defesa*, Curso de auditores de Defesa nacional 2011/2012, Instituto de Defesa Nacional. Consultado em Abril de 2016
- Cortez, Maria Rita Ortigão Pinto (1944). *Cancioneiro de Serpa*. Edição do Município de Serpa
- Coutinho, C. P. (2004). Quantitativo versus qualitativo: questões paradigmáticas na pesquisa em avaliação. Colóquio da ADMEE-Europa, 17, Lisboa, Portugal – *Avaliação de competências: reconhecimento e validação de aprendizagens aprendidas pela experiência: atas*, 437-448. Consultado em Julho 2015.
- Cunha, L. (2010). *A definição e o âmbito do turismo: um aprofundamento necessário*. Lisboa: Recil.
- Cunha, L. (2003). *Introdução ao turismo*. Lisboa: Editora Verbo.

- Cunha, L. (1997). *Economia e política do turismo*. Alfragide: Editora McGraw-Hill de Portugal, Lda.
- Duarte, T. (2009). *A possibilidade da investigação a 3: reflexões sobre triangulação (metodológica)*. Lisboa: CIES e-Working Papers nº 60. Consultado em julho de 2015.
- Figueira, A. P. (2011). *Marketing territorial – uma nova dimensão do marketing*. Estarreja: Mel Editores.
- Figueira, A. P. (2013). *Governança territorial em rede – mediação da notoriedade e avaliação do desempenho de uma parceira interorganizacional*. Lisboa: Principia.
- Fragoso, António (2005) *Contributos para o debate teórico sobre o desenvolvimento local: um ensaio baseado em experiências investigativas*. Revista Lusófona de Educação.
- Guerra, I. C. (2006). *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdos – sentidos e formas de uso*. Lisboa: Principia.
- Henriques, C. (2003). *Turismo, cidade e cultura – Planeamento e gestão sustentável*. Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Jorge, Virgolino Ferreira. (2000). Património e Identidade Nacional. In Engenharia Civil, nº9. Universidade do Minho. Braga.
- Lima, Paulo (2013). *Ao romper da bela aurora*. Câmara Municipal de Cuba
- Lima, Paulo (2015) *A Tradição*, Nova Série, Revista etnográfica, Dossier Unesco do Cante Alentejano, Casa do Cante, Serpa, Número 0, Novembro 2015
- Machado, Ana Durão (2001). *Feijó, meu lindo Feijó: O Alentejo na Margem sul do Tejo*. ISCTE. Consultado em Março de 2016.
- Maia, S. V. (2011). As rotas como estratégia turística: perceção de benefícios e obstáculos na constituição de rotas museológicas na região de Aveiro. *Book of Proceedings, Vol 1 – International conference on Tourism and Management studies*. Algarve. Consultado em junho de 2015.
- Marvão, A. (1955). *Cancioneiro alentejano: corais majestosos, coreografados e religiosos do Baixo Alentejo*. Beringel: Editorial Franciscana.
- Marvão, A. (1956). *O Alentejo canta*. Braga: Editorial Franciscana.
- Marvão, A. (1963). *O folclore musical do Baixo Alentejo nos ciclos litúrgicos da Igreja*. Lisboa: Junta de Intervenção do Ultramar.

- Marques, Joana Ganilho (2013) *Museus Locais: conservação e produção da memória coletiva*. Revista Vox Museu arte e património. ISSN 2182-9489. Vol. 1 (2): pp. 235-246.
- Mendes, L. (s/d). *Conversas para uma cultura de tradições (6) – O cante Alentejano*. Disponível em http://folclore-online.com/textos/lino_mendes/conversas6_1-html. Consultado em 2015.
- Nazaré, João R. (1979). *Música Tradicional Portuguesa – Cantares do Baixo Alentejo*, Biblioteca Breve/Volume 26, 1ª edição
- Nogueira, C. (2011). Os textos da tradição oral portuguesa no 3.º Ciclo do Ensino Básico e no Ensino Secundário. *Revista Lusófona de Educação*, 17, 91-101, 2011.
- ONU (1993). *World Tourism Organization, 1994, Recommendations on Tourism Statistics*. Series M, nº 83. New York: United Nations.
- Orta, José A. (2002). *Representações Sociais no Cante Alentejano*, in *A Terra, O Homem e o Pão - Actas do I Congresso Português de Cultura Mediterrânica*, Terena, Confraria do Pão, 187-194.
- Orta, José, "Revitalizar a Cultura Regional Revitalizando o Cante", *Arquivo de Beja* (3ª Série), nº 7, 1998, pp. 393 - 406
- Pereira, João V.I. (2002). *Sustentabilidade: diferentes perspetivas, um objetivo comum*. Crónicas e ensaios
- Reis, Felipa Lopes (2010) *Como elaborar uma dissertação de Mestrado segundo Bolonha*, Pactor – edições de ciências sociais e políticas comparadas.
- Reis, Paula. (2012) *Desenvolvimento Local: o binómio turismo/áreas rurais nas estratégias de desenvolvimento*. Êxedra, nº6
- Robinson, T. & Jackson, L. (2004). *Supply chains relationships in local government in the United Kingdom: An exploratory study*. Texto para discussão, nº M, 03/2004, Covilhã: Universidade da Beira Interior. Consultado em maio de 2015.
- Rodrigues, Donizete (s/d) *Património cultural, Memória social e Identidade: uma abordagem antropológica*. Universidade da Beira Interior. Consultado em Abril de 2016.
- Santos, I. G. & Paulino, F. F. (2010). O documento etnográfico: da memória ao produto turístico. *Instituto Superior da Maia, Revista de Estudos Politécnicos, Polytechnical Studies Review*, VIII(14), 123-135.
- Santos, Henrique. (2002) *Desenvolvimento Comunitário Vs Educação: Duas forças da mesma moeda?* Cadernos de educação de infância.

- Veltz, P. (1999). *Mondialisation, villes et territoires: l'économie d'archipel*. Paris: PUF.
- Ventura, Lúcia, *A identidade Social Alentejana estudada através do Cante Alentejano*, ISPA, 2009.
- Vitorino, M. J. T. (2012). *Território, molinologia e turismo - dinamização dos moinhos na promoção do turismo*. Leiria: Instituto Politécnico de Leiria, Junho.

Bibliografia consultada

- Cabeleira, T. F. R. (2011). *Turismo de surf na capital da onda: ensaio sobre a sustentabilidade de uma rota de surf em Peniche*. Dissertação de Mestrado. Estoril: Escola Superior de Turismo e Hotelaria do Estoril.
- Carmos, H. (2007). *Desenvolvimento Comunitário*. 2ª Edição. Lisboa: Universidade Aberta.
- Cifelli, G. & Peixoto, P. (2012). Centros históricos e turismo patrimonial: o pelourinho como exemplo de uma relação contraditória. *Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, XXIV, 35-54.
- Lima, P. (2012). *Inventário-catálogo dos grupos de cante alentejano*. Documento de Trabalho para a proposta de candidatura do cante alentejano à lista representativa do património cultural da humanidade a apresentar à UNESCO. Programa INALENTEJO.
- Lima, Paulo. (2013). *Ao romper de a bela aurora: antologia poética de tipo tradicional e popular de cuba*. Câmara Municipal de Cuba
- Lopes, E. M. G. N. S. (2010). *Reposicionamento da marca Portugal*. Dissertação de Mestrado. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.
- Louro, C. C. L. (2012). *Fatores críticos de sucesso para a criação da marca Beja*. Dissertação de Mestrado, Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.
- Machado, Ana Durão (2001) *Feijó, meu lindo Feijó: o Alentejo na Margem Sul do Tejo*. INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS DO TRABALHO E DA EMPRESA (ISCTE), Lisboa

- Nazaré, João R., "A Transformação do Pensamento Poético Tradicional no Baixo Alentejo: Elementos para uma Etnossociologia Literária", *Arquivo de Beja* (3ª Série), nº 2, 1996, pp. 101 - 113
- Orta, José, "Monda Tradicional e Vida Quotidiana no Alentejo", *Arquivo de Beja* (3ª Série), nº 5, 1997, pp. 69 – 90
- Rita, Clara Santana. (2015). *O Cante Alentejano no Cancioneiro do Padre Marvão*. Edições Vieira da Silva
- Sousa, F. (2011). *O cante alentejano e os ceifeiros de Cuba*. Projeto Memoriamédia, Porto: Memória Imaterial/IELT, artigo revisto, 2ª edição, 1-12.

Referências doutriniais ou legislativas

Decreto-Lei n.º 191/2009 de 17 de agosto. Estabelece as bases das políticas de turismo, enquanto setor estratégico da economia nacional, define os instrumentos para a respetiva execução.

Lei n.º 107/2001, de 8 de setembro – Assembleia da República – Lei de Bases do Património Cultural